

a cura di Marco Zeppieri Interventi di Angelo Piermattei Carlo Pileri, Alessandro Roazzi



# 1950/1970:

Quel meraviglioso miracolo economico italiano visto con gli occhi della Filatelia e della Numismatica



| È vietata la copia e la pubblicazione, totale o parziale, del materiale se non a fronte di esplicita autorizzazione scritta e con citazione esplicita della fonte. |  |  |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
| Editing e impaginazione: Marco Zeppieri<br>Finito di stampare nel mese di settembre 2022                                                                           |  |  |  |
| Printed in Italy                                                                                                                                                   |  |  |  |
|                                                                                                                                                                    |  |  |  |
|                                                                                                                                                                    |  |  |  |

## a cura di Marco Zeppieri

1950/1970:

Quel meraviglioso miracolo economico italiano visto con gli occhi della Filatelia e della Numismatica

#### INDICE

| Marco Zeppieri7                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Premessa                                                                                             |
| Giorgio Benvenuto9<br>Prefazione                                                                     |
| Alessandro Roazzi25<br>Il 'Miracolo economico' dalla ricostruzione ai cambiamenti degli<br>anni '60  |
| Carlo Pileri35<br>I consumatori: questo nuovo mondo                                                  |
| Angelo Piermattei85<br>Gli occhi della filatelia su quel meraviglioso miracolo economico<br>italiano |
| Carlo Pileri137<br>La numismatica                                                                    |

#### PREMESSA di Marco Zeppieri\*

A cinque anni dal termine del secondo conflitto mondiale e a due anni dal mutamento di regime politico, con l'influenza del blocco economico angloamericano, che produsse importanti aiuti, l'Italia iniziò ad uscire dalla situazione di distruzione della guerra per creare quello che venne definito il "Miracolo economico".

"Miracolo economico" che ci avrebbe portato nel giro di qualche anno a rientrare tra le nazioni di maggior peso nel mondo.

Le grandi esposizioni industriali e dell'artigianato italiano di Milano, Torino e Bari del 1950 furono il segnale di partenza, seguirono tante altre grandi innovazioni, tra quelle di maggiore impatto quella della comunicazione televisiva e la nascita del turismo di massa, pubblicizzate ampiamente nel nostro paese con molteplici modalità. Tutte quelle iniziative furono accompagnate da una notevole quantità di emissioni filateliche di elevata qualità artistica che dimostrarono il netto cambiamento politico nelle scelte italiane nel campo dello sviluppo economico.

Tali manifestazioni segnalavano l'avvio di nuove attività lavorative che ancora oggi richiedono continui sforzi intellettuali e tecnologici.

La presente pubblicazione vuole raccontare quel magnifico ventennio unendo i contributi di ricercatori e giornalisti con quello di esperti collezionisti di materiale documentale dell'epoca come: documenti postali con francobolli, monete, carta moneta, cartoline e manifesti, che furono le forme grafiche più incisive alla divulgazione e promozione di quel miracolo economico.

<sup>\*</sup>Segretario del comitato scientifico della fondazione Bruno Buozzi

#### INTRODUZIONE di Giorgio Benvenuto\*

L'Italia esce dalla Seconda Guerra Mondiale in condizioni terribili. Il Paese è distrutto. La guerra ha investito tutta la penisola italiana, dalla Sicilia fino alle Alpi. Non ci sono più infrastrutture. Molte città sono state bombardate con immensi danni al patrimonio abitativo e culturale. Manca il lavoro. Manca il cibo. È, insomma, un Paese da ricostruire, da rinnovare, da cambiare. I francobolli che vengono emessi e che sono ricordati nel libro curato da Marco Zeppieri ("Quel meraviglioso miracolo economico italiano visto con gli occhi della filatelia e della numismatica"), sono una testimonianza di come l'Italia seppe risorgere e addirittura realizzare un miracolo economico.

L'Italia è liberata definitivamente il 25 aprile 1945.

Un ruolo importante è svolto dalla Resistenza.

L'armistizio dell'8 settembre 1943 spacca l'Italia in due. Lo Stato italiano si trasferisce nell'Italia del Sud. Nel centronord i tedeschi favoriscono la costituzione della Repubblica sociale. Il fronte della guerra si blocca nel 1943 a Cassino, nel giugno del 1944 gli alleati liberano Roma e Firenze e dopo quasi un anno, nel 1945, viene finalmente riconquistato il Nord Italia.

Un grande ruolo è svolto dal mondo del lavoro. Nel '43, '44 e '45 i lavoratori attuano molti scioperi contro la guerra e negli ultimi mesi occupano molte fabbriche impedendo ai tedeschi di fare terra bruciata evitandone la distruzione. Il ritorno alla normalità non è semplice.

L'Italia cambia le istituzioni: un referendum, il 2 giugno 1946, nel quale il diritto di voto è esteso anche alle donne, sceglie la Repubblica. Vengono contemporaneamente eletti i parlamentari dell'Assemblea Costituente.

La nuova Costituzione entra in vigore il 1° gennaio del 1948. È votata da tutte le forze politiche presenti del CLN (Comitato di Liberazione Nazionale) che si sono impegnate nella Resistenza ai nazifascisti.

La nuova Costituzione è "sociale": è diversa dallo Statuto albertino: non è il risultato di una concessione ma è l'esito della lotta, dei sacrifici, delle proposte avanzate dal popolo italiano per costituire la Repubblica.

La Costituzione è approvata da tutti i partiti del CLN nonostante le divisioni che si determinano e si consolidano a seguito della contrapposizione tra occidente ed oriente, tra gli Stati Uniti e l'Unione Sovietica.

Lo scenario internazionale è tempestoso, quasi drammatico. Il mondo è spaccato in due. La 'Cortina di ferro' è calata sull'Europa. I comunisti e i socialisti sono stati esclusi dal Governo in Italia. L'unità della CGIL scricchiola sempre di più per arrivare nel luglio del 1948 ad una serie di scissioni che porteranno alla nascita della CISL, della UIL e della CISNAL.

Il trattato di pace nel 1948 è molto severo nei confronti dell'Italia. Si determina una drammatica soluzione per l'Istria. Cinquecentomila italiani sono costretti a lasciare le proprie case, rifugiandosi in Italia, in Canada, in Australia.

Tutto sembra perduto. Non prevale però la rassegnazione. Gli italiani reagiscono: vogliono ricostruire il Paese per creare le condizioni e per ridare all'Italia un futuro.

Un ruolo importante è svolto dai sindacati. Prevale l'impegno per il lavoro.

Nonostante le divisioni politiche, la CGIL vara il 'Piano per il Lavoro', la CISL e la UIL si impegnano in modo originale e determinato sui temi della produttività e della occupazione nell'industria.

Si sviluppa e si diffonde una straordinaria volontà per fare, per costruire, per progredire.

I giovani sono in prima fila nel lavoro, sia in quello dipendente che in quello autonomo.

L'Italia riprende gli obiettivi che aveva indicato Filippo Turati e che avevano caratterizzato il manifesto di Ventotene: l'unità dell'Europa diventa lo scenario sul quale l'Italia vuole collocare la sua iniziativa per la crescita dell'economia e per la valorizzazione del lavoro. Non a caso l'Europa dei sei (Italia, Germania, Francia, Lussemburgo, Olanda e Belgio) si costituisce nel 1958 con il Trattato di Roma, per allargarsi a 22 paesi all'inizio del secondo millennio.

Il prodotto interno lordo (PIL) aumenta negli anni '50 ad un tasso annuo di oltre il 5%. Nel 1959 sale al 7%. Nel 1961 raggiunge

l'8%. Il reddito nazionale cresce all'inizio degli anni '60 del 50%, l'incremento dei salari è del 49%; la produttività arriva all'84% in più.

Si determina, insomma, una radicale trasformazione economica e sociale dell'Italia. Si registra una emigrazione interna consistente dal Sud verso il Nord, in particolare nel triangolo industriale (Torino, Genova, Milano). Diminuiscono i contadini, aumentano gli operai.

Il numero dei lavoratori occupati nell'industria e nei servizi supera negli anni Sessanta il numero degli occupati in agricoltura.

Nel maggio del 1959 il quotidiano inglese 'Daily Mail' parla dell'Italia in termini lusinghieri. Definisce il suo sviluppo un vero e proprio miracolo economico.

Nel 1960, mentre si svolgono a Roma le Olimpiadi, una giuria internazionale costituita dal 'Financial Times', attribuisce alla lira italiana l'Oscar della moneta più solida del mondo.

Il miracolo economico inizia negli anni Cinquanta e si rafforza negli anni Sessanta.

Tra il '58 e il '63 le famiglie che avevano il televisore crebbero dal 12 al 49%; gli abbonati alle TV erano 190.000 nel 1958, divennero un milione nel 1964; quelle che avevano il frigorifero passarono dal 13 al 55%. Nel 1955 circolavano sulle strade italiane poco meno di un milione di automobili, nel 1965 erano 6 milioni. Nel 1964 vennero completati i 753 kilometri dell'Autostrada del sole da Milano a Napoli.

Secondo le rilevazioni dell'Istituto Nazionale per la congiuntura,

il 1959 è un anno di ripresa e di espansione per l'economia occidentale. In Italia l'incremento complessivo è tra il 9 e il 10 per cento rispetto al 1958. Come detto il prestigioso giornale di economia inglese 'Financial Times' assegna all'Italia il premio "Oscar delle monete". La lira, sottolinea il giornale inglese, si è affermata come tra le più forti del mondo a coronamento di una lunga ripresa durata parecchi anni. La lira è catalogata come "Valuta Stella" dell'anno. Al Governatore della Banca d'Italia Donato Menichella viene dato l'oscar del più abile governatore di banca nazionale.

Sei anni dopo, il 2 febbraio 1965, viene assegnato per la seconda volta l'Oscar all'Italia. La motivazione: "In pochi mesi, da quando sembrava sull'orlo della svalutazione, la lira ha riacquistato considerevole vigore, con la condotta economica più coraggiosa".

La lira è catalogata "Moneta Vedetta" del 1964. Il 'Financial Times' annota che se nel 1959 fu dato l'oscar alla lira "come una delle valute più forti del mondo", ora nel 1964 le viene dato per la sua spettacolosa ripresa.

In questo scenario Marco Zeppieri racconta la storia di quegli anni attraverso la filatelia e la numismatica. Con i contributi di Sandro Roazzi (Il 'Miracolo economico' dalla ricostruzione ai cambiamenti degli anni '60), Carlo Pileri (I consumatori: questo nuovo mondo), Angelo Piermattei (Gli occhi della filatelia su quel meraviglioso miracolo economico italiano) ed ancora Carlo Pileri (La numismatica).

I francobolli, straordinario ed originale mezzo di testimonianze e di comunicazione, tengono conto di quello che è avvenuto. Nel campo numismatico vengono messe in circolazione le 500 lire con una moneta in argento.

La serie filatelica "Democratica" esce nel 1945, quando la guerra

non è ancora conclusa. L'Italia è divisa in tre: una parte è in mano ai fascisti, sotto la supervisione dei tedeschi; un'altra parte è sotto l'amministrazione militare alleata; una terza parte dipende dal governo di Roma sotto il controllo degli inglesi e degli americani.

Il problema istituzionale non è ancora risolto: Vittorio Emanuele III ha abdicato, c'è però un re provvisorio, Umberto II.

Il compromesso tra le diverse ideologie e la divisione del mondo tra Est ed Ovest non impediscono di costituire la Repubblica con il Referendum del 2 giugno e soprattutto consentono di adottare la nuova Costituzione il 1° gennaio del 1948 con il voto unanime di tutte le forze politiche che hanno combattuto il ritorno alla libertà e alla democrazia in Italia (democristiani, comunisti, socialisti, repubblicani, liberali, socialdemocratici). Sono contrati i neofascisti del Movimento Sociale.

I francobolli della "democrazia" mandano in soffitta i miti della romanità, dell'impero, delle colonie; eliminano le frasi di propaganda e le citazioni in latino, tipiche del ventennio fascista.

Esiste alla fine della guerra il caos filatelico e monetario. Si mischiano francobolli e monete recanti scritte che riflettono il succedersi delle occupazioni e delle rioccupazioni che hanno caratterizzato tra il 1940 e il 1945 la storia d'Italia.

Fatto il referendum nel 1946, scelta la repubblica, i governi mettono ordine nella filatelia e nella numismatica. Una interessante ricostruzione della filatelia è stata fatta dalla Rivista "F. cronaca filatelica" speciale n.1 ottobre-novembre 1996. Facciamo riferimento al saggio citato, mettendo in risalto alcuni degli avvenimenti più significativi o addirittura dimenticati che sono ricordati nel libro curato da Marco Zeppieri.

Si tratta di un compendio di notizie non sempre conosciute con il riferimento e scelte per lo più interessanti nella gestione della filatelia negli anni del boom economico.

Dal 1 al 10 luglio 1946 il Ministro per le poste e telecomunicazioni Mario Scelba, di concerto con il Ministro del Tesoro Epicarmo Corbino, mette fuoricorso, con la possibilità del cambio purché non sciupati nè perforati fino al 30 giugno 1947, tutti i francobolli dell'epoca fascista, serie imperiale, le cartoline e i biglietti postali, le marche da bollo (alcune hanno la scritta fascista "vinceremo", i servizi speciali, etc...).

Il passaggio delle Poste dall'epoca monarchica e fascista alla Repubblica italiana è molto lento per difficoltà burocratiche, per resistenze conservatrici e reazionarie.

L'intestazione Repubblica italiana appare solo sugli interi postali, nel giugno 1947, dopo il referendum istituzionale.

L'intestazione sugli interi postali cambia più volte. Prima è tolto lo stemma sabaudo (prima del Referendum, per non influenzare il voto degli italiani). Si mette poi in bella evidenza la dicitura RE-PUBBLICA ITALIANA, al posto di CARTOLINA POSTALE o BIGLIETTO POSTALE che vanno in seconda riga. Il biglietto postale da 4 lire che compare nell'estate 1945 con intestazione RE-PUBBLICA ITALIANA ha il valore d'affrancatura di sole 3 lire.

Il 31 ottobre 1946 viene emessa la serie che celebra l'avvento della Repubblica italiana. Sui francobolli non c'è la scritta Repubblica italiana. C'è l'indicazione generica di Poste Italiane. I francobolli sono realizzati da Corrado Mezzana. Il 3 maggio 1948 esce l'ultima delle grandi serie celebrative: il centenario del Risorgimento. In passato prevaleva la tradizione inaugurata a fine 800, con

la serie colombiana degli Stati Uniti di ricordare un personaggio o un avvenimento con una lunga serie di francobolli quasi tutti diversi, che lo raccontano e lo illustrano in modo omogeneo e completo. Il ventennio fascista aveva fatto di quel sistema una tradizione, oltre che un modo per enfatizzare al massimo le conquiste del regime e il mito della romanità e dell'italico genio.

Passata la tragedia della guerra, passata anche la monarchia, l'Italia repubblicana non abbandona del tutto e subito la tradizione, come mostrano la serie per l'avvento della Repubblica (8 valori diversi), quella per il cinquantenario della Radio (6 valori diversi), quella per il 6° centenario della nascita di Santa Caterina da Siena (6 valori diversi). E soprattutto l'emissione celebrativa del centenario del Risorgimento italiano: dodici francobolli che raccontano le lotte e gli eroismi che sono avvenuti in tutte le regioni d'Italia.

E veniamo alle vicende tormentate della scelta dell'emblema della Repubblica.

Ogni stato ha il suo emblema, oltre a una bandiera. Anche l'Italia lo aveva, ma era lo stemma di Savoia. La soluzione viene trovata in un concorso, di cui si occupa una speciale Commissione presieduta da Ivanoe Bonomi, nominata dal Presidente del Consiglio Alcide De Gasperi a fine ottobre 1946. Il bando impone un elemento: la stella d'Italia. Per il resto si consiglia solo di trarre ispirazione "dal senso della terra e dei Comuni" e di evitare personificazioni allegoriche e riferimenti partitici.

Alla fine del concorso, vince Paolo Paschetto, con un emblema incentrato su una corona turrita in controluce, illuminata dalla stella, entro una corona di fronde d'ulivo con su scritte UNITÁ e LIBERTÁ. La scelta solleva molte polemiche. E tutto si blocca, fa-

cendo infuriare De Gasperi, che a metà 1947 scrive al Presidente della Costituente Umberto Terracini per lamentare il ritardo del nuovo simbolo ufficiale: "È certo ragione di scandalo e di lamentele che gli uffici statali siano obbligati a usare ancora sempre i vecchi timbri, riadattati non dirò all'attualità repubblicana, ma alla liquidazione monarchica, con amputazioni, sfregi e rotture del tutto indecorose."

Alla fine il progetto viene abbandonato. E si riparte da capo col concorso; siamo alla metà del gennaio 1948 e, viene costituita una nuova Commissione presieduta dall'on. Giovanni Conti. Vi partecipano "solo" 96 artisti con 197 proposte. Vince anche stavolta Paolo Paschetto con un bozzetto molto compatto, concentrato sulla stella, sovrapposta a una ruota dentata tra tralci d'ulivo e di quercia, e al di sotto il cartiglio con REPUBBLICA ITALIANA in negativo. Ci sono critiche anche stavolta, ma alla fine arriva la tanto sospirata approvazione dell'Assemblea costituente: è il 5 maggio 1948.

L'idea di una serie di francobolli dedicata al lavoro, regione per regione, era venuta a Corrado Mezzana quando ancora l'Italia era spezzata in due dalla guerra; l'aveva presentata al concorso per la nuova serie ordinaria che doveva ricordare il ritorno alla democrazia. Allora la proposta non era stata accettata, ma neppure scartata. Il 20 ottobre 1950, a distanza di 5 anni la vecchia serie dei francobolli dedicati al lavoro è riveduta e corretta. Vengono stanziati diciannove francobolli, tanti quante sono le regioni italiane. Il successo è notevole, non solo in Italia, grazie ai monumenti e ai paesaggi che fanno da sfondo ai vari lavoratori: anche se nella realtà l'Italia che si è rimboccata le maniche per uscire dai disastri della guerra è molto meno contadina, marinara e artigiana di quanto appaia sui nuovi francobolli.

Particolarmente interessante è ricordare come funzionano le poste durante l'alluvione del Polesine nel novembre del 1951.

L'anno finisce male. Prima tocca al sud, in ottobre, con i nubifragi che investono Calabria, Sicilia e Sardegna mandando in tilt le linee telefoniche e soprattutto le comunicazioni postali; che però sono ripristinate celermente con autocarri e procacci postali occasionali, e intensificando i viaggi delle linee aeree e di navigazione. Poi a metà novembre è la volta del nord: la pioggia continua che ha ingrossato paurosamente tutti i fiumi alla fine ha la meglio su ogni tentativo di resistenza. Il Po straripa in vari punti, in provincia di Pavia e soprattutto tra la provincia di Parma e il Delta, allagando decine e decine di comuni, travolti da masse d'acqua che nessun argine riesce più a contenere. Si registrano 88 morti, circa 26.000 profughi. I danni sono incalcolabili. Scattano immediatamente i soccorsi e la solidarietà; con il decreto legge n. 1184 del 20 novembre 1951, si stabiliscono per le popolazioni alluvionate le stesse provvidenze previste pochi anni prima per i profughi di guerra. E in un momento in cui la posta è ancora il maggior mezzo di comunicazione, vengono utilizzati servizi mobili dove gli uffici sono inutilizzabili, e soprattutto scatta l'esenzione dalle tasse postali per tutte le persone colpite, sia nelle zone del disastro che nei centri di raccolta dei profughi subito allestiti in sedici località del nord Italia, della Toscana e delle Marche. La scritta "alluvionato" unita al timbro di uno dei comuni disastrati o al bollo della Croce Rossa o di uno dei centri, comitati, enti che si occupano dei profughi è sufficiente a dare la franchigia; solo a Reggio Emilia, Brescello e Gualtieri viene utilizzato il contrassegno ovale POSTE ITALIANE con diciture relative agli "alluvionati".

Il 7 maggio 1953 nasce una nuova serie ordinaria: è la Siracusana.

L'emissione composta da otto francobolli ordinari, di formato ridotto rispetto a quelli in corso, per l'affrancatura delle corrispondenze". Le ragioni per cui nasce la nuova serie sono dichiarate a chiare lettere: la serie Italia al lavoro è di formato eccessivo per un'ordinaria, e l'andata fuori corso della vecchia serie Democratica del 1945-46 ha acuito il problema, costringendo a correre ai ripari.

La scelta del nuovo soggetto, cade su un'ennesima variante dell'Italia turrita, che il prof. Vittorio Grassi trae da una moneta siracusana del IV secolo a.C. e inserisce in un fondo di estrema semplicità. Il risultato è perfetto, tanto da diventare con gli anni quasi un simbolo delle Poste italiane e risultare gradevole anche in versione calcografica grande e piccola, e persino bicolore.

Il 18 febbraio 1952 il Presidente della Repubblica, Luigi Einaudi, aveva firmato il decreto che autorizzava l'emissione di due francobolli "celebrativi dell'inizio del servizio di televisione in Italia". È stato da poco inaugurato il Centro di produzione milanese di corso Sempione e le trasmissioni sono ancora sperimentali. Il 3 gennaio 1954 ha inizio l'attività regolare della televisione italiana, anche se le trasmissioni sono limitate a poche ore al giorno; un mese e mezzo dopo la serie è già in distribuzione per affrancare le lettere dirette in Italia e all'estero. Il bozzetto di Lazzaro Lazzarini, commissionato dalla RAI-TV e subito approvato, nella cartina che appare sul video mostra un'Italia che comprende ancora l'intera penisola istriana con Pola e Fiume. Protesta la Jugoslavia, che decide di respingere al mittente la corrispondenza affrancata con questi valori.

Il 15 settembre 1956 vengono diffusi i francobolli che anticipano il "Trattato di Roma" del 1957 per costituire l'Europa

L'idea dell'Europa unita è del francese Robert Schuman ed è

stata già messa in pratica il 18 aprile 1951 costituendo una Comunità Europea del Carbone e dell'Acciaio formata da Belgio, Francia, Italia, Lussemburgo, Olanda e Repubblica Federale Tedesca.

Il 25 marzo 1957 si firma il trattato di Roma con cui gli stessi paesi danno vita alla Comunità Economica Europea, operativa dal 1º gennaio 1958.

Nel frattempo, quasi a precorrere i tempi, le Amministrazioni postali dei 6 paesi della CECA decidono di emettere un francobollo comune, il cui bozzetto viene scelto tramite un concorso internazionale. Vince il francese Daniel Gonzague, e la sua "impalcatura" riprodotta contemporaneamente da un francobollo in 13 paesi d'Europa. L'anno dopo ogni Stato usa un proprio bozzetto, e l'Italia ripesca quello presentato al concorso internazionale da Corrado Mancioli. Poi si tornerà per molti anni al bozzetto comune, mentre cresce il successo tra i filatelisti di tutta Europa e nasce la CEPT, la Comunità Europea delle Poste e Telecomunicazioni, che dal 1960 si occupa direttamente dall'iniziativa postalfilatelica.

Il 7 aprile 1960 viene celebrato l'Anno mondiale del Rifugiato.

È la prima volta che le Nazioni Unite raccomandano ai paesi membri l'emissione di francobolli, per celebrare anche in questo modo *l'Anno mondiale del Rifugiato* indetto dal 1° luglio 1959 al 30 giugno 1960; e indicano anche nel 7 aprile 1960 la data d'emissione più adatta per questo "giro". Reagiscono i Paesi del blocco sovietico, che non solo non aderiscono all'iniziativa ma vi scorgono l'allusione all'esodo di 200.000 ungheresi dopo la rivolta popolare del 1956. I due francobolli italiani emessi per l'occasione, illustrati in modo elegante con un particolare del raffaellesco "Incendio di Borgo", finiscono all'indice delle Poste dell'Est europeo, che rispe-

discono al mittente o tassano come non affrancate le lettere su cui appaiono questi francobolli.

Il 26 giugno 1969 a Torino si celebra, al Palazzo delle Esposizioni al Valentino, il 50° anniversario della Federazione fra le Società Filateliche Italiane con una delle prime megamanifestazioni internazionali in Italia. Per l'occasione compare anche un francobollo celebrativo in cui – senza neppure preavvisare l'autore del bozzetto, Franco Filanci alla sua prima esperienza – viene modificato il disegno e, ciò che più interessa, si introduce per la prima volta la semplice dicitura ITALIA in luogo di POSTE ITALIANE. È una richiesta dell'UPU. Si tratta di indicare il semplice nome della Nazione, ripetendolo se del caso anche in lettere romane, volta a rendere più facile l'identificazione del Paese d'origine delle corrispondenze.

Nell'autunno 1970 tornano a mancare gli spiccioli, e i francobolli s'incapsulano di nuovo, come era già avvenuto prima dell'avvento del fascismo.

Apparentemente è qualcosa di ciclico, la carenza di spiccioli. E dai tempi della Guerra di Secessione americana, quando venne messa in pratica l'idea, di mettere in circolazione francobolli travestiti da monetina, quasi sempre con della pubblicità su una faccia per coprire le spese dell'astuccio e del confezionamento. A variare sono soprattutto i materiali: latta e lamine di mica nell'800, alluminio e celluloide negli anni '20, cartoncino e cellophan durante l'ultima guerra, bustine di plastica trasparente nel 1965 quando a mancare solo le 50 lire e il francobollo imbustato è quello con l'Adamo michelangiolesco. La nuova carenza di spiccioli agli inizi degli anni '70 viene da problemi produttivi della Zecca; e agli inizi si tenta di risolverlo con caramelle e chewing gum. Poi si passa alle

bustine trasparenti in plastica, al massimo con diciture di scusa a stampa come quelle delle società autostradali, persino in versione bilingue. La Yomo invece è ben felice di pubblicizzare i suoi yogurt con dei gettoni in plastica arancione della SAEPES di Milano, trasparenti dal lato in cui è inserito un 10 lire siracusana. E nel febbraio 1972 se ne fa preparare altri dalla ditta Vicinelli di Bologna, con i francobolli da 1 a 5 lire siracusana e con il 20 lire delle Universiadi piegato in due per farcelo stare. Ma è un esperimento che non ha seguito: i costi sono evidentemente troppo alti in confronto alla resa pubblicitaria.

Abbiamo fatto una cernita delle principali emissioni negli anni del miracolo economico dell'Italia. Si può dure che il boom si verifica anche nella filatelia ed in parte nella numismatica.

In quegli anni ci fu il boom filatelia.

La filatelia dette in quegli anni una particolare attenzione alla crescita economica e sociale dell'Italia in uno scenario europeo ed occidentale.

Le emissioni riguardarono l'Europa; le organizzazioni internazionali come la NATO, l'ONU, la FAO; la sponsorizzazione delle Fiere; l'industria; lo sport; il turismo.

La filatelia venne considerata come un redditizio investimento. Le tirature dei francobolli erano molto alte; dilagavano nel mercato filatelico i "fogliaroli", che investivano ingenti capitali nella tesorizzazione dei fogli di francobolli commemorativi italiani associandoli anche alle emissioni a San Marino e al Vaticano.

Alla fine degli anni '70 la speculazione si riassorbì. La filatelia fece un salto di qualità.

Si diffusero e si moltiplicarono iniziative sempre più numerose sulla storia postale.

Molto importanti sono le iniziative filateliche che vennero organizzate alla Camera dei Deputati, al Senato, al Quirinale, per ricordare eventi storici del Risorgimento e della straordinaria storia del nostro Paese.

Raccontare la storia, valorizzare la cultura, sostenere la competitività dell'economia, valorizzare gli aspetti sociali (la solidarietà, la libertà, l'umanizzazione del lavoro, la pace), hanno via via trovato nella filatelia e nella numismatica un grande successo.

La storia postale diventa con la filatelia un sistema di comunicazione, di arricchimento, di valorizzazione dei principi contenuti nella nostra Costituzione.

<sup>\*</sup>Presidente della fondazione Bruno Buozzi



Alcuni dei bozzetti selezionati nel concorso per il nuovo Emblema Repubblicano e, a destra, lo Stemma Turrito prescelto in un primo tempo e quello definitivo, entrambi di Paolo Paschetto

# IL 'MIRACOLO ECONOMICO' DALLA RICOSTRUZIONE AI CAMBIAMENTI DEGLI ANNI '60

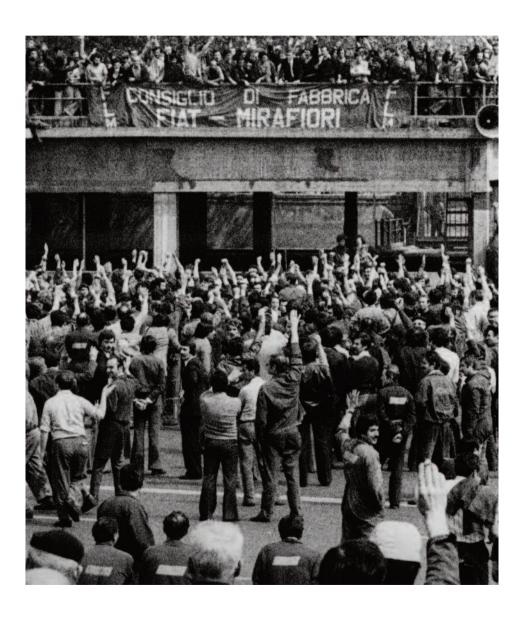
di Alessandro Roazzi\*

Era il 1959 quando l'Italia fu definita dal Daily Mail un miracolo economico. Un periodo "magico" per l'economia italiana, non certo molto lungo, un quinquennio, ma che proiettò l'economia del Paese fra le più avanzate realtà industriali sul piano internazionale tanto da farla considerare una vera e propria locomotiva dello sviluppo europeo.

I tassi di crescita erano, infatti, impetuosi e variavano dal 5 al 7%. L'industria italiana si muoveva con... "gli occhi della tigre" ed a fare la parte del leone è la produzione metalmeccanica: in un solo anno vengono immatricolate più di centomila auto '600' Fiat. E cresce l'acquisto degli elettrodomestici. In un contesto nel quale i consumi crescono più del 5% l'anno. L'inflazione, incubo dell'immediato secondo dopoguerra, non preoccupa, anzi la crescita si avvale anche di una latente deflazione.

Naturalmente questa esplosione economica poggia sulla dura risalita dalle macerie della seconda guerra mondiale dei primi anni '50.

L'Italia che si avvia a vivere mutamenti profondi negli anni '60 con le esperienze politiche del centro sinistra e la prima stagione di riforme, ma anche con l'intensificarsi delle lotte sindacali che sfoceranno nell'Autunno caldo del 1969, è il risultato di fattori nazionali ed internazionali.



In primo luogo è mutato lo scenario istituzionale con la nascita della Repubblica, la Costituzione repubblicana, il ritorno sulla scena politica da protagonista della generazione antifascista che incontra i giovani della Resistenza. L'economia italiana era devastata dalle imponenti distruzioni della guerra e da terribili condizioni di miseria. La volontà di ripartire fu più forte delle difficoltà: non per caso protagonisti di quel periodo come l'azionista Riccardo Lombardi e il segretario della CGIL unitaria Giuseppe Di Vittorio preferirono la via di non salvare le fabbriche ormai inservibili per creare le condizioni per una effettiva ripresa produttiva ed occupazionale. E Di Vittorio firmò per la CGIL migliaia di accordi sui licenziamenti.

Lo spirito resistenziale, pur di breve durata per l'avvento della contrapposizione fra Occidente e mondo sovietico, aveva permesso di codificare nella Costituzione principi di libertà, democrazia, giustizia sociale che comunque erano un punto di riferimento per tutte le forze politiche e sociali. Palmiro Togliatti, segretario del PCI, ebbe a dire significativamente che "i comunisti erano fuori dal Governo ma dentro la Costituzione".

Naturalmente gli immani sforzi per uscire dai disastri procurati dalla guerra non potevano bastare da soli per riprendere la via della crescita. Fu allora importante il famoso 'Piano Marshall', ovvero gli aiuti americani che si riversarono sull'Europa che non presentava certo migliori condizioni.

Nel 1947 e fino al 1951 arrivarono in soccorso della disastrata Europa 13 miliardi di dollari più una enorme quantità di aiuti materiali. Fu indubbiamente una spinta notevole anche per l'Italia nella quael la produzione industriale si era ridotta a meno di un terzo del periodo prebellico, l'agricoltura era stata duramente penalizzata, i trasporti ridotti al lumicino, le città facevano i conti con i bombardamenti ed i combattimenti avvenuti nei lunghi anni di guerra.

Anni in chiaroscuro: Norberto Bobbio nel suo volume "Profilo ideologico del Novecento italiano" li definisce gli anni dell'impegno. Ma osserva anche lucidamente che "la migliore prova che la Resistenza non fu la introduzione al novus ordo ma l'anello che rinsalda la catena spezzata per congiungere il vecchio ed il nuovo è data dal fatto che il Partito d'Azione, il partito della Resistenza, fu praticamente estromesso dalla politica attiva del Paese in poco più di un anno... alla prova della nuova democrazia, che si andava sempre più rivelando come una età di restaurazione, cui diede il suggello dell'assenso popolare la clamorosa ed inattesa sconfitta del Fronte delle sinistre nelle elezioni del 18 aprile 1948 resistettero solo i partiti non nati-ieri, che potevano fare i conti coi tempi lunghi della storia, mentre la Resistenza si dimostrò essere un tempo breve...".

Eppure l'aspro confronto ideologico, politico e sociale che caratterizzò i primi anni '50 non tarpò le ali alla ricostruzione del Paese probabilmente perché il dono più maturo della Resistenza, la Costituzione, aveva comunque ricreato in un Paese che era poco... Stato e molto... società un teatro d'azione comune ed invalicabile per tutti.

Un altro elemento fu decisivo per la ripresa economica dell'Italia: la guerra aveva risvegliato un forte spirito europeista come antidoto a considerare il vecchio continente come un'area condannata ad un destino immutabile di lotte sanguinose fra gli Stati. E si avviarono primi accenni di integrazione europea: nel 1951 nasceva la Comunità europea del carbone e dell'acciaio (CECA). Con questo atto si andava oltre le convenienze di poter contare su un mercato comune dell'acciaio che però fece da mallevadore ad una crescita esponenziale dell'industria ad essa collegata, dall'auto agli elettrodomestici, ma anche ai materiali necessari per molte infrastrutture, per indicare una via possibile: quella di una progressiva integrazione economica all'interno della quale sperimentare la libera circolazione di capitali e lavoratori. Italia e Germania furono fra i Paesi che beneficiarono di più di questa nuova via di cooperazione.

Un ulteriore aiuto al ripristino di una economia capace di generare sviluppo fu offerto dalla paziente opera di sostegno alla lira che nel 1960 riceverà addirittura l'Oscar assegnato da un comitato di esperti e pubblicato dal Financial Times a conferma della solidità del progresso economico compiuto dall'Italia e testimoniato anche dal balzo del Pil nazionale oltre il 6%. Nel 1964 il reddito nazionale era aumentato del 50% segno di una radicale trasformazione del Paese in economia manifatturiera con una forte propensione alla esportazione. Ma non fu solo un miracolo "economico" fu anche un grande e contraddittorio capitolo di rivolgimento sociale ed umano.

È certamente importante che dal punto di vista imprenditoriale (padronale si diceva allora) "si venne consolidando la convergenza di visione strategica dell'economia fra le Partecipazioni statali e quella parte dell'industria - Fiat, Pirelli, Olivetti - che puntava al mercato europeo, contro le holding elettriche, gli zuccherieri, la Montecatini e i siderurgici della Falck" come osserva Massimo Pini nel suo lbro sull'IRI. IRI che ricorda ancora Pini "sviluppò un imponente programma siderurgico sotto la direzione di Oscar Sinigaglia; nascevano così gli impianti costieri a ciclo integrale, dapprima a Genova Cornigliano e poi a Taranto. Dal 1956 ebbe inizio il programma di costruzione dell'autostrada Milano-Roma-Napoli con effetti misurabili: nel 1954 circolavano circa 700 mila

auto, dieci anni dopo erano 5 milioni; tra il 1957 e il 1962 l'Istituto estese il suo controllo nel settore telefonico ed in quello del trasporto aereo; nel frattempo il settore meccanico e quello della cantieristica navale erano stati organizzati sotto due finanziarie IRI, la Finmeccanica e la Fincantieri...". L'azione dell'ENI guidata da Enrico Mattei completava questo disegno di ritorno allo sviluppo: acciaio ed energia a buon prezzo finirono per essere un volano di ripresa per le industrie collegate.

Ma anche questo innegabile progresso economico aveva i suoi risvolti più critici e che si manifestarono anch'essi in modo evidente, tumultuoso ed imponente. Il fenomeno dell'emigrazione interna, dal sud delle campagne che si spopolavano al nord industriale (e non più nel solo triangolo industriale Milano-Torino e Genova ma anche nel nascente Nord-est) acquistò dimensioni bibliche: fra il 1951 ed il 1961 quasi due milioni di persone si trasferì dalle regioni meridionali a quelle settentrionali. Le città aumentarono i loro abitanti in modo esponenziale con problemi non indifferenti di integrazione, soprattutto di tipo abitativo (nacquero in quel periodo le famose periferie denominate Coree) aggravati da ondate speculative in campo immobiliare. Lo squilibrio Nord-Sud in quel periodo acquisisce purtroppo caratteristiche che ancora oggi costituiscono un serio problema in termine di diseguaglianze ad ogni livello. Gap accresciuto dal fatto che l'economia meridionale non riusciva, soprattutto sul piano produttivo, a tenere il passo del nord industriale, malgrado gli interventi adottati e simboleggiati dalla Cassa per il Mezzogiorno ed altri Istituti preposti ad affrontare la questione meridionale.

Ma il peso della ricostruzione e del "miracolo" gravò pesantemente anche sugli altri protagonisti di questo fenomeno: lavoratrici e lavoratori. Lo sfruttamento fu largamente abusato anche in presenza di una debolezza sindacale successiva alle scissioni avvenute dalla CGIL unitaria del Patto di Roma. Ritmi stressanti, poca o nulla attenzione alla salute ed agli infortuni, assenza di diritti, ma anche una distribuzione sul reddito squilibrato a sfavore della classe lavoratrice. È il periodo dei reparti confino, dei licenziamenti, di orari non di rado disumani. Ma non è solo la debolezza sindacale a permettere questo stato di cose; esso è favorito dalla abbondanza di domanda di lavoro, dall'eccesso di manodopera che bussava alle porte delle imprese del Nord e che determina anche il rafforzarsi del potere sul mercato del lavoro dell'imprenditoria italiana. Sale comunque il reddito disponibile in quegli anni; ma l'accumularsi di queste distorsioni creeranno le premesse per una riscossa operaia e sindacale i cui primi segnali arrivano sia con gli esiti della contrattazione aziendale nelle imprese pubbliche, sia soprattutto con i rinnovi contrattuali del 1963, che apre una stagione nuova nelle relazioni fra le parti ed anticipa quello che avverrà nel biennio del 1968-1969 di forti lotte operaie che produssero una vera rivoluzione sia nei gruppi dirigenti di imprese e sindacati, sia nei contenuti della contrattazione.

Eppure già nei primi anni '50 non tutto è negativo. Lo rileva Gino Giugni: "in questo decennio - anni '50 - assistiamo ad un fenomeno di consolidamento molto importante... un consolidamento organizzativo, con la formazione dei tre grandi sindacati protagonisti del decennio seguente, ed un consolidamento della struttura della contrattazione... questi sono i lati positivi di un decennio che, troppo spesso, viene presentato in chiave assolutamente negativa, commettendo a mio avviso un errore sotrico. È un decennio molto pesante per il movimento operaio che tocca il livello minimo di potere contrattuale e di potere politico del dopoguera; tuttavia è provato il fatto che in questo decennio di di-

scriminazioni, che si svolge però in un contrasto in cui c'è dialettica, dove ci sono scioperi, c'è pluralismo, dove ci sono due partiti di opposizione che fanno sentire la loro voce, il movimento operaio lascia dietro di sé qualcosa di sostanzioso, come per l'appunto i due momenti di consolidamento citati". Per tale motivo Vittorio Foa nel suo libro "questo Novecento" osserva: "gli anni fra il 1959 ed il 1963 furono di eccezionale sviluppo economico e l'attività sindacale ne fu influenzata in una nuova direzione a un tempo autonoma ed unitaria, cioè di autonomia dai partiti d'insieme di unità fra le tre confederazioni. La produzione lorda dell'industria manifatturiera crebbe del 10,1%, la produttività per occupato salì dal 4,6% del decennio cinquanta al 7,6%, gli investimenti privati salirono dal 6,8% al 13,8%. Crebbero le retribuzioni e crollò la disoccupazione, l'emigrazione di massa diede luogo a nuove concentrazioni operaie nel nord-ovest del Paese, la popolazione industriale soprattutto nelle fabbriche grandi e medie fu di giovani, immigrati, operai comuni, cioè degli operai che nel lavoro diviso e suddiviso avevano superato la sola consapevolezza delle fatiche per assumere quella del rapporto fra lavoro e prodotto. Ne derivarono importanti lotte operaie. Il conflitto non nasce dalla sola miseria e neppure dal solo benessere che genera soddisfazione, il conflitto nasce dal cambiamento". Si va formando dunque una nuova classe lavoratrice, più giovane, più consapevole dei propri diritti, più in sintonia con i cambiamenti che l'evoluzione sociale ed anche consumistica sta producendo nel Paese che sta maturando altre filosofie di vita, un diverso costume, anche per via di una più estesa formazione scolastica e derivante dai mezzi di comunicazione a partire dal boom della Tv.

L'impetuoso sviluppo che diede vita al miracolo economico si arrestò nel 1965, malgrado la nota programmatica di Ugo La

Malfa avesse messo tutti sull'avviso. La produzione si assestò su ritmi più contenuti, i rinnovi contrattuali del 1966 registrarono la insoddisfazione di lavoratori e militanti sindacali per i risultati raggiunti, mentre cresceva l'esigenza di riforme e di cambiamenti nella vita lavorativa e sociale, frutto anche di due fenomeni intrecciati: la grande apertura della Chiesa con il concilio Vaticano II indetto da Giovanni ventitreesimo che incrinò il monolitismo ideologico dei cattolici ma influì anche sui laici e sulla sinistra; le prime critiche al consumismo che accellerarono quelle contro gli squilibri e le diseguaglianze rafforzando la spinta verso l'unità sindacale. Si apriva una stagione del tutto nuova cui però i fermenti sociali e la ricostruzione avvenuta nel cosidetto "miracolo economico" non erano per nulla estranei.

<sup>\*</sup>Giornalista e scrittore

## I CONSUMATORI: QUESTO NUOVO MONDO

#### di Carlo Pileri\*

L'Italia, uscita dalla seconda guerra mondiale, era un Paese povero, prostrato e distrutto ma con tanta voglia di ricostruzione e di rivalsa. E questo sentimento era condiviso dai politici, dagli imprenditori, dai lavoratori e dai cittadini di qualsiasi ceto sociale. E proprio l'insieme omogeneo di sentimenti è stato l'humus che ha fatto crescere e esplodere il cosiddetto boom italiano assieme, ovviamente, ai grandi investimenti che si riversarono col Piano Marshall. L'inizio di questo processo di crescita non fu facile, anche perché - pur essendo tutti convinti della necessità di riprendersi, e della incredibile opportunità che si aveva dato anche il basso costo della manodopera - persisteva un retaggio di cultura imprenditoriale poco propenso ad adeguarsi ai nuovi principi della Costituzione Italiana che spingevano verso un ruolo sociale anche da parte dell'impresa privata. Alla fine degli anni Quaranta, di fronte ai manager del piano Marshall che chiedevano che l'Italia trasformasse la sua economia secondo un modello di sviluppo basato sulla crescita dei salari e di conseguenza favorisse i consumi, Angelo Costa, Presidente dell'associazione degli industriali, sosteneva che in Italia vi fosse abbondanza di manodopera ma scarsità di capitali e che fosse perciò naturale che venissero remunerati i capitali più del lavoro. I salari, infatti, negli anni Cinquanta crescevano ancora molto più lentamente rispetto ai profitti degli imprenditori. All'inizio degli anni Cinquanta l'agricoltura continuava ad essere preponderante rispetto all'industria sia in termini di quote di occupazione (il 44% degli occupati lavorava infatti nel settore agricolo contro il 29% impiegato nell'industria. Il sorpasso sarebbe avvenuto solo alla fine degli anni cinquanta, nel 1958 che fu anche l'anno del boom delle nascite), sia in termini di valore del prodotto, una rilevazione statistica fatta nel 1953 sulla povertà in Italia dava ancora una immagine di profonda miseria in vaste aree del Paese. La conseguenza era che i livelli di consumo in quei primi anni cinquanta fossero ancora lontani da quelli degli altri Paesi dell'Europa avanzata. I bilanci di molte famiglie in quegli anni erano ancora impegnati per il 70-80% nell'acquisto di generi alimentari.

Gli approvvigionamenti dei generi di prima necessità per diversi anni dopo la fine della guerra erano rimasti regolati dalle carte annonarie e da un mercato nero, che era da considerarsi inevitabile in un sistema di rigido e insufficiente razionamento. Dal punto di vista territoriale, questo doppio mercato produceva effetti profondamente diversi. Mentre i prezzi stabiliti dalle carte annonarie rendevano il regime di consumo abbastanza omogeneo sul territorio nazionale, al mercato nero venivano registrate ovviamente variazioni molto sensibili. Nella tabella è evidente questo aspetto per quanto riguarda il bene primario per eccellenza: il pane.

Tab. 1 – Prezzi del pane alla fine del 1946 (valori in lire al kg)

| CITTÀ           | PANE<br>RAZIONATO | PANE AL<br>MERCATO NERC |
|-----------------|-------------------|-------------------------|
| Torino          | 23,5              | 124                     |
| Genova          | 22                | 199                     |
| Milano          | 24                | 109                     |
| Padova          | 24                | 71                      |
| Bologna         | 20                | 86                      |
| Firenze         | 21,35             | 178                     |
| Ancona          | 20                | 90                      |
| Roma            | 22,6              | 130                     |
| L'Aquila        | 18,33             | 87                      |
| Napoli          | 21,3              | 151                     |
| Bari            | 22,5              | 160                     |
| Reggio Calabria | 22                | 132                     |
| Palermo         | 22,5              | 110                     |
| Cagliari        | 21,5              | 100                     |

Fonte: «Bollettino mensile di statistica», 27 gennaio 1947

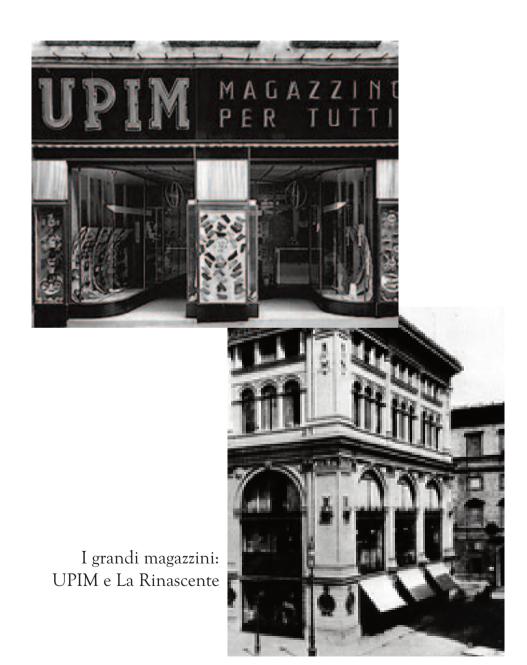
Qui sono messi a confronto i prezzi del pane sul mercato razionato e sul mercato libero in alcune città italiane. Si può vedere come i prezzi previsti dalle carte annonarie non mostrino rilevanti differenze territoriali. Si tratta normalmente di variazioni dell'ordine del 10-15%, con il minimo a Bologna e Ancona, 20 lire al kg, e il massimo a Milano, 24 lire al kg. I prezzi al mercato nero segnalano invece differenze molto marcate, talvolta superiori al 100%: dal minimo di Padova, 70 lire al kg, al massimo di Genova, 199 al kg. L'andamento dei prezzi era condizionato da influenze locali

che non dipendevano solamente dalla distribuzione geografica: non vi sono differenze omogenee tra Nord, Centro e Sud, né precise distinzioni sulla base della dimensione delle città, anche se nelle grandi città vi erano normalmente prezzi più alti che in quelle medie o nei paesi, cosa che del resto avviene ancora oggi.

E se si osservano altri beni, come ad esempio lo zucchero, vediamo come il fenomeno si ripeteva e si accentuava, infatti il prezzo annonario era di circa 150 lire al kg, mentre al mercato nero variava in modo fortissimo, da 600/700 lire al kg nelle città di provincia, ma anche a Roma o Napoli, e saliva fino a oltre le 1000 lire nelle città industrializzate del Nord. I prezzi di altri prodotti potevano essere condizionati invece dalla vicinanza ai mercati delle produzioni, e quindi dalla maggiore facilità con la quale potevano essere portati al mercato libero o nero, il sistema dell'odierno chilometro zero. E così l'olio di oliva costava quasi 1000 lire al litro a Torino, vale a dire quanto un kg di burro o 8 kg di pane, ma a Bari costava meno di 500 lire, vale a dire metà di un kg di burro e meno di 3 kg di pane. Questa struttura del mercato e dei prezzi di fatto evidenziava le differenze tra i ceti sociali, dato che il cibo razionato era insufficiente a coprire l'intero fabbisogno alimentare. Con le carte annonarie del resto venivano assicurati 6-7 kg di pane al mese, 300 g di zucchero e quantità variabili di pasta/riso e grassi, per un totale di calorie che variava tra 900 e 1100, e il rimanente quindi andava reperito al mercato libero o alla borsa nera. I commercianti erano fortemente critici nei confronti di questo prolungamento del sistema distributivo di guerra oltre la fine del conflitto. Volevano lo smantellamento del sistema di controllo statale dei prezzi e dell'apparato distributivo non commerciale. Questo sistema era stato una deriva del sistema presente durante il fascismo, anche per la politica autarchica, e poi si era

diffuso nel periodo di guerra e del dopoguerra: i consorzi agrari; le cooperative di consumo; gli enti a carattere assistenziale come l'ENAL (Ente Nazionale Assistenza Lavoratori); sindacati e associazioni come le ACLI, erano tutte istituzioni che avevano un ruolo nella distribuzione dei beni alimentari e contribuivano perciò a ridurre le quote di mercato lasciate alla intermediazione commerciale privata. Una legge del 1926 aveva regolato l'esercizio del commercio con una licenza comunale che veniva rilasciata in base a una valutazione dei parametri di carattere demografico, urbanistico e di mercato. Tuttavia erano valutazioni fortemente influenzabili anche da considerazioni generali di economico-sociale e politico. A fronte di consumi stagnanti, il numero degli esercenti nel periodo fascista era passato da 1,1 a 1,6 milioni, la qual cosa fa pensare a un settore a bassa produttività che assorbiva quote di lavoro marginale, con aziende spesso a carattere familiare che sceglievano questa attività magari a fronte di difficoltà di occupazione. Con la crisi intervenuta nel periodo bellico e nell'immediato dopoguerra il numero dei commercianti diminuì, per ricominciare la crescita appunto negli anni Cinquanta. Il sistema distributivo rimasto invariato e quindi antiquato e poco efficiente finiva per gravare sui prezzi al consumo, e nelle condizioni di disoccupazione e bassi salari del dopoguerra ciò penalizzava le condizioni di vita dei lavoratori e dei ceti più poveri. Nel dibattito sulle politiche commerciali più efficaci per far fronte nel dopoguerra al carovita si confrontarono diverse prospettive di regolazione: a un fronte liberista, al quale facevano capo numerosi imprenditori industriali, che chiedevano una immediata liberalizzazione del commercio al dettaglio, si contrapponeva, da parte degli ambienti sindacali, la richiesta di uno specifico sostegno alle forme di distribuzione non commerciali, per paura di una esplosione dei prezzi dei beni primari. I commercianti avversavano entrambe queste prospettive perché volevano difendere le proprie attività dai rischi della liberalizzazione e al contempo chiedevano di eliminare ogni forma di distribuzione extra commerciale. Se in una prima fase nell'area di governo prevalsero orientamenti liberisti, nel corso degli anni Cinquanta i commercianti riuscirono a conquistare sempre più influenza, soprattutto a livello locale, per impedire un'efficace liberalizzazione del settore commerciale e contrastare la diffusione della grande distribuzione. Politica questa seguita dalle associazioni dei commercianti fino all'inizio degli anni novanta. Mantenendo il sistema delle licenze, lo Stato perpetuava una barriera che limitava la concorrenza e rallentava quindi la diminuzione dei prezzi e le possibilità di scelta dei consumatori. Ciò permetteva anche ai commercianti a bassa produttività di rimanere a galla, seppure con difficoltà e con profitti spesso molto modesti, così che il commercio al dettaglio finiva per assumere una funzione di ammortizzatore sociale e, indirettamente, di stabilizzatore politico, secondo un modello di welfare che, in assenza di strumenti efficaci di compensazione degli squilibri del mercato del lavoro, si affidava a questi strumenti empirici (Sylos Labini). Questo tipo di assetto aveva comportato significative ripercussioni sul piano territoriale, perché il commercio al dettaglio come ammortizzatore sociale veniva tanto più utilizzato laddove gli squilibri dello sviluppo si facevano sentire in modo più marcato, vale a dire nelle regioni meridionali e nelle aree depresse. Con queste condizioni di mercato e di regolazione del commercio, la grande distribuzione faticava a diffondersi in Italia come invece stava avvenendo in altri Paesi occidentali. In Italia la grande distribuzione era rappresentata solamente dai grandi magazzini e dai magazzini a prezzo unico, i maggiori e più conosciuti erano la Rinascente, Upim, CIM e Standa.

Ma mancavano totalmente i supermercati alimentari che stavano invece rapidamente conquistando quote crescenti del mer-



cato americano. I grandi magazzini presenti in Italia avevano come principale settore di vendita quello dell'abbigliamento e furono uno strumento fondamentale nella diffusione del vestiario di produzione industriale. Grazie allo stretto collegamento con le imprese industriali e all'efficienza del modello distributivo, i grandi magazzini erano competitivi sul prezzo e potevano fornire un maggiore assortimento data l'ampia superficie commerciale della quale disponevano. Una serie televisiva, "il Paradiso delle Signore", ha di recente rappresentato proprio i problemi e le aspettative per i consumatori, che negli anni cinquanta rappresentarono i primi grandi magazzini così strutturati.

Nel censimento del commercio del 1951, furono registrati 156



Un Grande Magazzino

grandi magazzini in tutto il Paese e ed erano esercizi commerciali molto eterogenei in quanto a dimensione, volume di affari, occupati.

Mettendo in relazione il numero dei grandi magazzini con la popolazione di allora si ha una media di un grande magazzino ogni trecentomila abitanti; si trattava perciò di un sistema distributivo ancora estremamente limitato e marginale che non raggiungeva la maggior parte della popolazione italiana. Nella distribuzione geografica dei grandi magazzini non si registra una forte differenza tra Nord e Sud, ma delle differenze significative tra le regioni: Liguria, Trentino, Lazio e Sardegna presentavano un'alta concentrazione di grandi magazzini rispetto alla popolazione; all'opposto Veneto, Emilia-Romagna, Marche, Abruzzo e Molise, Campania e Calabria ne erano scarsamente provviste; e mancavano del tutto i grandi magazzini in Valle D'Aosta e Basilicata. Dato anche il basso livello di mobilità e di comunicazioni interne, si può dire che la quota di popolazione che poteva rivolgersi alla grande distribuzione era esigua e che in molte aree interne della provincia italiana non si aveva neanche la conoscenza se non per sentito dire della esistenza e del funzionamento dei grandi magazzini.

Quindi è solo verso la metà degli anni cinquanta che, con lo sviluppo industriale ormai avviato, iniziano mutamenti talmente profondi e innovativi nella società italiana da trasformarla completamente. Prodotti moderni e accattivanti, una concorrenza tra imprese che permetteva di avere offerte molteplici, l'inizio di una pubblicità che non era più solo quella dei manifesti affissi per strada, ma che cominciava ad affacciarsi sempre meno timidamente alla radio e soprattutto arrivava nelle case attraverso la na-

scente televisione, con programmi pubblicitari ad hoc, spingevano gli italiani a scegliere prodotti innovativi sollecitati anche dalla possibilità di acquisti rateizzati.

Ed è anche negli anni Cinquanta che cominciò la rivoluzionaria era della plastica, con Gino Bramieri, attore comico allora molto popolare, che reclamizzava i prodotti di Moplen, appunto bacinelle, insalatiere e altri recipienti fatti di questo materiale fino ad allora sconosciuto che era la plastica. Oramai sono passati settanta anni quasi da quando, nei primi anni sessanta grazie a questo sviluppo dell'industria, della pubblicità e alla maggiore disponibilità di guadagno dei cittadini si è anche cominciato a formare un embrione di coscienza consumerista. La questione della tutela dei consumatori e della difesa dei diritti comincia a svilupparsi a metà anni cinquanta in tutto il mondo occidentale. Alcuni Paesi accelerarono la ricerca di soluzioni che meglio tutelassero i consumatori anche per legge. In altri Paesi come da noi ci vollero quasi cinquanta anni. In Svezia una legislazione in difesa dei consumatori fu varata nel 1971, e nel 1973 nel Regno Unito e nel 1974 in Germania. E alla fine degli anni sessanta, col movimento hippy, si sviluppa l'azione a tutela dell'ambiente e per consumi più attenti a salutisti che sono stati di fatto precursori di molte linee di azione dei futuri movimenti consumeristi verso politiche più attente alla qualità oltre che ai prezzi. Tuttora il consumo a distanza zero e la contrarietà alle coltivazioni OGM sono figli in qualche modo della cultura alla base di quei movimenti di fine anni sessanta.

Il boom italiano non è stato un fenomeno isolato e autoctono ma si è sviluppato in un contesto di sviluppo del mondo occidentale favorito come detto prima dalle politiche e dagli investimenti fatti per la ricostruzione dell'Europa del dopoguerra che aveva portato ad una crescita mai vista e impensabile prima nel settore industriale e dei servizi e di una razionalizzazione del settore agricolo e dell'allevamento. Questa espansione occupazionale, ed il conseguente miglioramento del livello di vita medio dei cittadini, comportava la crescita dei consumi, anche non per beni primari e di conseguenza la formazione di una coscienza critica, anche se ancora embrionale e non sufficiente ad incidere sulle politiche industriali, ma interessante per capire le tendenze dei consumatori. Era un mercato brado dove chi poteva più guadagnava con regole a volte confuse e con poche tutele.

Negli Stati Uniti, che anticiparono il boom di qualche anno rispetto all'Europa e all'Italia, già nel 1962 il Presidente Kennedy tenne un discorso memorabile, per i consumatori, al Congresso degli Stati Uniti, nel quale delineò i diritti civili del mercato. Quelli che noi oggi definiremmo i diritti fondamentali dei consumatori.

In Italia la storia del movimento dei consumatori comunque non è recente. Il primo vagito del movimento è addirittura del 1955, con la costituzione della Unione dei Consumatori promossa da Vincenzo Dona.

Nel 1955, a soli 25 anni, Dona ebbe l'dea di fondare l'Unione Nazionale Consumatori, quando ancora il consumatore era un soggetto sconosciuto sia alle leggi che al sentire comune. Ma oggi, grazie anche alla sua opera, e allo sviluppo delle associazioni dei consumatori dalla metà degli anni ottanta e in particolare nel primo decennio del terzo millennio, i diritti dei consumatori sono sempre più al centro del dibattito politico e sociale, e la tutela dei cittadini ha fatto enormi passi in avanti. Non più solo nel campo dell'alimentazione (basti pensare che negli anni 50 non esistevano



Vincenzo Dona

limiti per i residui nocivi negli alimenti, per i metalli tossici, per le cariche microbiche), che resta comunque certamente il primo campo di battaglia tra truffe e sofisticazioni che mettono a rischio la nostra salute, ma anche con riferimento ad ogni settore della vita quotidiana, dalla produzione alla distribuzione fino ai servizi, e al mondo assicurativo, bancario, finanziario. Se oggi molto è cambiato, lo si deve però soprattutto a chi ebbe per primo quella intuizione, a Vincenzo Dona, che per primo portò avanti la campagna contro le frodi olearie (che portò poi all'approvazione della legge 13 novembre 1960 n. 1407, con cui furono emanate le norme per la classificazione e la vendita degli oli d'oliva e ad una successiva legge che ha regolato la produzione e la commercializzazione degli oli di semi). Ma altre battaglie sono state vinte in quei primi anni sulla tutela delle denominazioni d'origine dei vini, sull'igiene degli imballaggi che vengono in contatto con le sostanze alimentari; sulla data di scadenza degli alimenti; sulla sicurezza degli impianti elettrici e a gas; sull'etichettatura obbligatoria dei tessili, grazie alla quale il consumatore può conoscere la composizione del capo che acquista. E la lista è sicuramente più lunga.

Quando in una intervista fu chiesto a Vincenzo Dona come gli era venuta in mente l'idea di costituire, allora, nel 1955, una associazione che rappresentasse i consumatori, Dona rispose: "Nasce da una precedente iniziativa, da un gruppo di amici, alcuni molto autorevoli. Ricordo, tra gli altri, il titolare della Cattedra di Pedagogia della "Sapienza" di Roma, Volpicelli, il direttore dell'Istituto di Merceologia (della "Sapienza", Arnaldo Foschini e il preside della Facoltà di Scienze, Sabato Visco che poi fu il fondatore dell'Istituto Nazionale della Nutrizione. Con questo gruppo di persone ci riunivamo per selezionare i pubblici esercizi romani che offrissero alla loro clientela i piatti tipici di Roma. L'idea era di riscrivere, aggiornandolo, il famoso libro di Hans Barth "Le osterie romane". Queste riunioni conviviali sono durate il tempo sufficiente per spostare la nostra attenzione da quella che ritenevamo una responsabilità dell'esercente alla responsabilità di chi produceva le materie prime utilizzate dall'esercente. Ci siamo trovati di fronte alle lacrime di uno di questi che reagiva al rimprovero di averci portato spaghetti scotti e ci invitava a seguirlo nel suo magazzino, mostrandoci la pasta utilizzata, che era la più cara del mercato. L'esercente affermava di non avere altro mezzo che il prezzo per ritenere di utilizzare un prodotto industriale di alta qualità. La lambadina è scattata in quella occasione: ci siamo accorti, cioè, che la vigilanza sulla produzione era scarsa o nulla e che il consumatore finale era costretto a subire le scelte fatte a monte in materia di prodotti di largo e generale consumo. A quel tempo io, che ero il più giovane del gruppo, viaggiavo molto per l'Europa, ancora ferita dalla guerra mondiale, e qualcuno mi consigliò, alla vigilia di un'estate, di approfittare del viaggio per vedere cosa si faceva per i consumatori. Scoprii che in Norvegia esisteva già allora un Ministero del consumo, il Forbrugerradet, retto da un presidente e da sette membri nominati dalla Corona; che a Stoccolma c'era una cooperativa di consumatori che, quando non riusciva ad acquistare prodotti di qualità ad un prezzo considerato equo.

apriva delle fabbriche e produceva da sé le merci da vendere ai propri soci; che in Germania esisteva un'associazione di associazioni di massaie che avevano addirittura realizzato con successo uno sciopero delle carni, costringendo i venditori ad una drastica riduzione dei prezzi. Infine ebbi la fortuna di incontrare e conoscere, a Bruxelles, Christian Worm, presidente della Consumer Union of United States, venuto in Europa proprio per promuovere associazioni volontarie di tutela del consumatore, quelle che, negli Stati Uniti, avevano cominciato a costituirsi fin dal 1932. Tornai con questo bagaglio di conoscenze e con una mole enorme di carta e documenti che ci mettemmo a studiare. Era il 1953: studiammo e cercammo di capire, nell'arco di due anni, come adattare alla realtà italiana alcuni principi, alcune regole, alcuni indirizzi dei paesi che si erano dimostrati più evoluti in questo campo rispetto a noi. All'inizio del 1955 costituimmo un comitato organizzatore dell'Unione Nazionale Consumatori che, il 25 novembre dello stesso anno, riunì un gruppo più numeroso di persone nella sala stampa di Roma, in Palazzo Marignoli, e costituì l'Unione Nazionale Consumatori. Questa è la primissima genesi della nostra associazione. La sera della fondazione ci furono diversi interventi delle persone che ho ricordato all'inizio e di altre ancora, tra cui Enrico Mattei (non il presidente dell'Eni ma l'omonimo presidente dell'associazione dei cronisti romani) che presiedette la riunione. Durante quest'ultima furono individuate le linee del possibile sviluppo della neonata associazione. Si arrivò anche ad indicare i possibili dirigenti: si rimandò ad un momento successivo la nomina del presidente, che era prevista dallo statuto, e si puntò soprattutto alla nomina di un segretario generale che avesse il compito, specialmente nel primo periodo, di organizzare anche burocraticamente, per quel minimo necessario, la nuova associazione. Qualcuno propose il mio nome con la motivazione che avevo "la faccia di chi muore per la causa". Sembrava un incarico destinato a durare qualche mese invece è un compito che mi è restato addosso da allora. Forse... per mancanza di concorrenza." (Nota: dal sito ufficiale della UNC)

Questa testimonianza del protagonista è sicuramente molto significativa per ricostruire l'inizio della storia del movimento consumerista italiano. Da allora ad oggi molte cose sono cambiate visto che le associazioni sono ormai decine, presenti in tutte le Regioni, riconosciute e associate presso il Ministero dello Sviluppo dal 1998 nel CNCU (Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti). Però, tornando ad analizzare quel periodo, proprio negli anni in cui Dona pensava a costituire una associazione di consumatori in realtà la crescita dei consumi di massa non era ancora un obiettivo prioritario delle politiche economiche, né veniva individuata come motore dello sviluppo. Eppure solo pochi anni dopo ...

## IL BOOM DEI CONSUMI DI MASSA

Negli anni Cinquanta, l'incremento della spesa per consumi è ragguardevole, pari a circa il 4,8% annuo, un dato che permette di uscire con una certa rapidità dallo stato di miseria nel quale l'Italia era precipitata nel decennio precedente. Questa fase di consistente e continuativa crescita avvia anche un processo di parziale riequilibrio delle notevoli differenze territoriali che caratterizzano la geografia dei consumi della penisola. L'area più ricca, infatti, il Nord-Ovest, cresce del 4,1% annuo, mentre Nord-Est e Centro crescono più del 5% annuo e il Sud del 4,7%. Le differenze rimangono tuttavia elevate, soprattutto tra Nord e Sud: il Sud, che aveva una spesa pari al 56% di quella del Nord-Ovest all'inizio del decennio, si porta al 58,5% all'inizio degli anni Sessanta. Più marcato è il riequilibrio tra le altre aree del Paese. Il Nord-Est, che aveva il 77,2% della spesa del Nord-Ovest, si porta all'83,5% all'inizio degli anni Sessanta, mentre il Centro passa dall'83,4% all'89,4%.

La gerarchia territoriale nelle spese di consumo manteneva invariato il suo assetto: un Nord-Ovest avvantaggiato, la cui crescita rallentata va messa in relazione anche al mutamento della composizione sociale portato dalla forte industrializzazione e dalle conseguenti migrazioni interne che portarono nelle città industriali del nord milioni di meridionali; un Centro sempre più prospero, sul quale incideva però sensibilmente la concentrazione di ricchezza che si andava formando nella Capitale; un Nord-Est con una crescita consistente, ma un livello di consumi ancora più basso di quello delle regioni limitrofe del Nord Ovest; mentre al Sud la crescita, pur consistente, era ancora del tutto insufficiente a compensare l'enorme divario con le altre aree del Paese.

Nel 1961, in pieno boom, i consumi in Italia erano poco più della metà di quelli di Francia e Germania e un quarto di quelli americani. Tuttavia, la situazione di arretratezza restituita dal quadro nazionale può essere scomposta alla luce delle differenze interne: se isoliamo il Nord-Ovest, infatti, vediamo come la spesa per consumi fosse pari a quella olandese, vale a dire il 70% di quella di Francia e Germania e che perciò le regioni epicentro del miracolo economico fossero pienamente inseribili, seppur in posizione di arretratezza relativa, nel quadro dei consumi dell'Europa avanzata; al Sud, invece, il livello, pari al 40% di quello della Francia, era talmente basso da allontanare irrimediabilmente quelle regioni dai livelli dell'Europa del Nord (Dati ISTAT 1971).

Il sostenuto e continuo incremento registrato dai consumi nell'arco degli anni Cinquanta, seppur con marcate differenze, finì con il coinvolgere l'intero Paese: la crescita fu particolarmente consistente all'inizio, quando i consumi crebbero più del 6% annuo, per attestarsi successivamente tra il 3 e il 4%, con due anni

di ristagno, il 1954 e il 1958. Questo sensibile incremento permise di ridurre la quota spesa per generi alimentari e bevande, un dato che rappresenta un significativo, anche se un po' generico, indice di prosperità: a livello nazionale si passa dal 47 al 43%, il Sud passa dal 52 al 47%, il Nord-Ovest dal 45 al 41%, il Nord-Est dal 46 al 44%, il Centro dal 43 al 41%.

A questa diminuzione della quota delle spese per generi alimentari sul totale dei consumi corrispondono significativi incrementi della spesa in termini assoluti, cosa che testimonia un miglioramento delle abitudini alimentari degli italiani rispetto alle ristretdell'immediato dopoguerra. In altri termini. impegnando una quota inferiore del proprio bilancio per le spese alimentari, nel corso degli anni Cinquanta gli italiani potevano spendere di più per gli alimentari. Le differenze, in termini assoluti, sono considerevoli: al Sud si spendono circa i due terzi delle cifre del Nord-Ovest, senza marcate variazioni nel corso del decennio; mentre al Centro e nel Nord-Est gli anni Cinquanta rappresentano un decennio di forte convergenza verso il livello di spesa per alimentari delle più ricche regioni del Nord-Ovest: nel 1961 si è arrivati ormai al 90%. Anche sul piano dei consumi alimentari si può perciò sostenere che nel corso degli anni Cinquanta si assistette a un significativo miglioramento al Centro e nel Nord-Est, che si avvicinarono agli standard dell'area più ricca del Paese, mentre l'incremento del Sud appariva ancora modesto e non tale da modificare significativamente il divario con le altre aree.

In questi anni si riscontra un notevole arricchimento della "dieta": il consumo di carne bovina aumenta più del doppio; quello di pollame triplica; raddoppia il consumo di pomodori e altri ortaggi.

Significativi risultano anche gli incrementi nel consumo di frutta: le pere raddoppiano, le mele salgono dell'80%, le pesche aumentano due volte e mezza, le banane triplicano. Crescita anche nel consumo di grassi: raddoppia l'olio di semi, aumenta dell'80% l'olio di oliva; aumenta del 70% il consumo di zucchero e del 90% quello del caffè. Sono incrementi significativi che testimoniano di una dieta più ricca e variegata e di un aumentato apporto calorico e proteico. Le pochissime voci che registrano un calo sono da ricondurre alla disgregazione del mondo rurale e allo spopolamento della montagna che facevano venire meno abitudini alimentari strettamente legate alle complesse strategie di autoconsumo e di utilizzo delle risorse locali di un'economia povera: il mais cala del 15%, i fichi secchi del 20%, le castagne del 50%; la carne ovina e caprina del 20%.

La spesa per abbigliamento invece ebbe un incremento in termini assoluti molto limitato, tanto che la sua quota parte sul totale delle spese per consumi si ridusse dal 13 al 10%. È una quota abbastanza omogenea dal punto di vista geografico e va messa in relazione con la crescente industrializzazione del settore delle confezioni, con una maggiore disponibilità di abiti pronti a basso prezzo. Anche la grande distribuzione aveva fatto un passo avanti, sebbene rimanesse assente da molte aree del Paese: negli anni Cinquanta i grandi magazzini passano da 156 a 281, vale a dire da 1 ogni 300.000 a 1 ogni 180.000 abitanti; si tratta di una presenza ancora marcatamente urbana, ben diffusa anche nelle principali città del Sud, mentre è assai scarsa nelle regioni montuose del Paese, in quelle alpine al Nord, in Abruzzo e in Basilicata al Sud.

Un andamento opposto a quello dell'abbigliamento è seguito dalle spese per abitazione, combustibili ed energia elettrica che, con una media nazionale del 96% (1951-1961), aumentano tra l'80% e il 100% nelle varie aree del Paese portando la loro quota sul totale della spesa per i consumi dal 10 al 13%. Dietro a questo incremento si può vedere il miglioramento di una situazione abitativa estremamente misera, l'aumento dei costi del suolo legato al processo di urbanizzazione, la compiuta elettrificazione del Paese e il crescente utilizzo di moto e autoveicoli che comportava l'aumento della spesa per carburanti. Tuttavia, se si considera che l'incidenza dei costi di energia sul totale di questo capitolo di spesa si riduce dal 29 al 22%, si può guardare alle abitazioni come alla principale voce che giustifica l'incremento di questa categoria. Disaggregando il dato per aree geografiche, possiamo registrare un incremento che supera il 100% al Sud, è intorno al 95% nel Nord-Ovest e al Centro, inferiore all'85% nel Nord-Est. Per quanto riguarda il Centro e il Nord-Ovest si può pensare a una pressione demografica sui grandi centri metropolitani che alimenta l'ascesa dei prezzi, cosa che al Nord-Est, dove gli equilibri demografici sono ancora abbastanza stabili, si avverte molto meno. A ogni modo, la ragione principale di questo aumento è da imputare al miglioramento della situazione abitativa: negli anni Cinquanta la popolazione italiana cresce circa dello 0,6% annuo; il numero delle abitazioni del 2,1% e quello delle stanze del 2,4% (censimenti decennali abitazioni). Molte più case a disposizione e anche leggermente più spaziose, dunque, in un quadro di rapida urbanizzazione che si associa a processi di nuclearizzazione familiare e di declino delle famiglie allargate rurali: calano infatti di circa 250.000 unità le case detenute non in proprietà e non in affitto, vale a dire, prevalentemente sulla base dei contratti agrari di enfiteusi, colonie parziarie ecc., portandosi, nel corso degli anni Cinquanta, dall'11,3 al 7,5% del totale delle abitazioni (in questa

cifra rientrano comunque anche alcune abitazioni urbane, date in uso ai portieri). Aumentano del 16% le abitazioni in affitto e del 39% le abitazioni in proprietà, tanto che queste ultime hanno quasi raggiunto il numero di quelle in affitto. Abitare la casa in proprietà era peraltro molto più diffuso nelle regioni del Sud che in quelle del Nord.

Strettamente collegate a questo investimento sulle abitazioni, in particolare sulla casa in proprietà che diviene il principale patrimonio della famiglia tipo e al contempo un ambito privilegiato di investimento simbolico sull'identità familiare, sono le spese per arredamento ed elettrodomestici, che quasi raddoppiano. La formazione di nuovi nuclei familiari, che sempre più spesso andavano ad abitare una nuova casa, fecero alzare le vendite di nuovi mobili, sebbene si trattasse ancora di beni che, nella concezione dei consumatori del boom economico, venivano associati a valori come la durata, la qualità, il risparmio; negli anni Sessanta, insomma, si è ben lungi dall'aver acquisito, quantomeno riguardo alla sfera domestica, un comportamento di consumo all'americana, vale a dire orientato a un rapido ricambio dei beni posseduti (Asquer: I consumi della vita quotidiana, 2013).

Un riequilibrio ancora più sensibile si riscontra anche nelle spese per igiene e salute, che crescono molto meno al Nord-Ovest (33%) che al Sud (83%), tanto da portare i livelli del Sud rispetto al Nord-Ovest dal 45 al 62%. Sono qui evidenti gli effetti di nazionalizzazione di questo tipo di spesa portato dalla costruzione di un più efficiente sistema di tutela sanitaria pubblico, che rendendo più omogenee le prestazioni sanitarie sul territorio nazionale ne avvicinava i livelli di spesa, pur in presenza di consistenti differenze di reddito.

Il trend al riequilibrio riguarda anche la spesa per comunicazione e trasporti che cresce più rapidamente nelle aree del Paese che all'inizio del decennio erano più indietro: cresce infatti quasi del 140% al Nord-Est e al Sud, poco più del 90% al Nord-Ovest. Comunque le differenze in questo settore rimangono molto elevate: il Sud spendeva un terzo del Nord-Ovest per questa voce di spesa all'inizio degli anni Cinquanta e all'inizio del decennio successivo ancora poco più del 40%. Non deve perciò stupire che, alla metà del decennio, il 40% del milione di veicoli circolanti in Italia fosse registrato nel Nord-Ovest. Lo stesso si può dire delle spese telefoniche. Se prendiamo gli abbonati della Stipel nel 1952, vale a dire quelli di Piemonte e Lombardia, troviamo 4,5 abbonati per 100 abitanti, mentre nella zona gestita dalla Set, vale a dire Campania, Basilicata, Puglia, Calabria, Sicilia, il rapporto era pari a 0,7 su 100 abitanti. Nel 1961 gli abbonati della Stipel sono poco più che raddoppiati, mentre quelli della Set sono più che triplicati, tuttavia le cifre mostrano ancora una differenza enorme nella diffusione, con 10,4 abbonati per 100 abitanti nelle due regioni del Nord e 2,8 in quelle del Sud (Ottaviano: I consumi della vita quotidiana, 2013).

Queste differenze non manifestavano soltanto un divario nelle possibilità di spesa tra le regioni del Nord e quelle del Sud, ma riflettono anche una profonda differenza nella qualità dell'infrastruttura e del servizio. Il servizio telefonico nelle regioni del Sud era notoriamente molto scadente, le linee erano limitate e le zone raggiunte dal servizio si concentravano essenzialmente intorno alle aree urbane, le uniche considerate redditizie dai gestori. I passi legislativi operati negli anni Cinquanta per fare diventare la rete telefonica un servizio pubblico, cosa che comportava l'impiego di risorse da parte dello Stato per l'estensione del servizio alle zone

non appetibili per le imprese private, diede i suoi frutti: nel 1954 tutti i comuni d'Italia disponevano di un collegamento telefonico. Molto più lenta fu però l'estensione della rete alle frazioni e alle borgate che, se si poteva considerare completata al Nord alla fine degli anni Cinquanta, richiese invece ancora molti anni al Sud.

Negli anni Sessanta la crescita complessiva dei consumi è ben più sostenuta, tra il 1961 e il 1970 è infatti superiore al 6,3% annuo e prosegue la tendenza al riequilibrio tra le aree geografiche iniziata già nel decennio precedente: la crescita al Nord-Ovest si ferma, infatti, al 5,5%; il Nord-Est cresce del 6,7%, il Sud del 6,8%, il Centro nella media nazionale. L'analisi delle singole voci riflette abbastanza fedelmente la tendenza generale al riequilibrio territoriale della spesa, sebbene i valori assoluti rimangano ancora molto distanti.

La voce alimentari e bevande riduce ulteriormente la sua quota sul totale che passa dal 43 al 39%. È una quota attorno alla quale convergono le varie regioni del Paese, solo al Sud la quota dei consumi alimentari rimane superiore al 40%. Tuttavia, nonostante questo riequilibrio, la persistenza di una forte variazione territoriale nei livelli di consumo, fa sì che la spesa reale al Sud sia ancora inferiore al 70% di quella del Nord-Ovest, mentre Nord-Est e Centro si portano oltre il 90%.

I capitoli di spesa che fanno registrare l'incremento più alto sono quelli relativi a igiene e salute e a trasporti e comunicazioni. Il primo dei due fa registrare una crescita superiore al 12% annuo, con una distribuzione territoriale che va dal 10,4% del Nord-Ovest al 13,5% del Sud; si tratta di un riequilibrio importante, che riflette la progressiva nazionalizzazione del sistema di assistenza sanitaria: nell'arco di vent'anni la spesa per igiene e salute al Sud è

passata dal 63 al 78% della media nazionale.

Trasporti e comunicazioni è la voce che registra la crescita più significativa del decennio: 13% annuo, con la consueta tendenza al riequilibrio territoriale, si va infatti dal 10,5% del Nord-Ovest al 16,9% del Sud; tuttavia i dislivelli di partenza erano enormi e la spesa al Sud per questa voce continua a esser poco più della metà di quella del Nord-Ovest. Riguardo alle spese telefoniche, l'estensione della rete anche nelle zone interne del Sud ne incentiva l'utilizzo. Il telefono assume un'importanza particolare nelle zone che si erano spopolate nel corso del ventennio precedente a causa degli intensi flussi migratori e rappresenta uno strumento utilissimo per mantenere i contatti tra le famiglie che si erano dislocate in luoghi diversi.

Il capitolo di spesa più significativo è quello relativo ai trasporti perché l'automobile, quantomeno al Nord, sta diventando un bene di consumo di massa. A livello nazionale, nel 1971, si registrano più di 11 milioni di autovetture, vale a dire 206 auto per mille abitanti. Al primo posto per presenza di automobili si trova il Piemonte – dove ha sede la più grande industria automobilistica nazionale – con 281 vetture per mille abitanti, all'ultimo la Basilicata con 103. L'acquisto di un bene molto costoso come l'autovettura fa emergere in modo più netto le differenze economiche tra le varie regioni: tutte quelle del Sud stanno abbondantemente sotto la media nazionale, tuttavia anche regioni come il Veneto e il Trentino-Alto Adige, pur con valori superiori alle regioni del Sud, non raggiungono la media nazionale.

L'incremento dei consumi negli anni Cinquanta è accompagnato da una lenta trasformazione del sistema distributivo. Nuove forme di commercializzazione dei prodotti risultarono cruciali, so-

prattutto per determinati beni. Per i cosiddetti beni durevoli, per es., la vendita a rate, ancora poco diffusa in Italia, si rivelò decisiva: in un'indagine ministeriale del 1955 si può leggere come venissero venduti a rate due terzi delle automobili, degli apparecchi radiofonici e televisivi e dei mobili (Scarpellini 2001).

Sul finire degli anni Cinquanta, dopo il fallimento di un primo tentativo nel 1949, cominciarono a diffondersi anche in Italia i supermercati, i grandi negozi self-service che avevano sostenuto la rivoluzione dei consumi negli Stati Uniti già dagli anni Trenta e che richiedevano determinati presupposti per poter funzionare efficacemente: una struttura produttiva del settore alimentare adeguata alla commercializzazione dei prodotti su larga scala, una popolazione concentrata in città, integrata da efficienti reti di trasporto pubblico o che disponesse massicciamente di veicoli privati. Le difficoltà del decollo del sistema dei supermercati in Italia era in parte da imputare al settore della produzione agroalimentare ancora immaturo, alla modestia delle risorse dei consumatori. ma soprattutto come abbiamo visto, alla risoluta opposizione dei piccoli commercianti che vedevano i propri affari minacciati da questo nuovo sistema distributivo. Fu verso la fine degli anni Cinquanta che alcuni dei presupposti necessari alla diffusione della grande distribuzione cominciarono a maturare: reddito e consumi erano in rapido aumento, le migrazioni interne alimentavano il processo di urbanizzazione, l'industria agroalimentare stava modernizzando impianti e organizzazione riducendo i costi e aumentando i volumi produttivi.

Il primo gruppo a entrare nella grande distribuzione alimentare italiana faceva capo allo statunitense Nelson Rockefeller che, forte dell'esperienza maturata nel settore negli Stati Uniti, diede vita insieme a dei soci italiani alla Supermarket italiani (SI) che operò inizialmente soprattutto a Milano e Firenze. Ci si rese ben presto conto che il modello della grande distribuzione americana andava adattato alle circostanze economiche e soprattutto alle diverse abitudini di consumo italiane. La dimensione ottimale dei supermercati, si rivelò sensibilmente inferiore agli standard americani; ma soprattutto in Italia la grande distribuzione dovette confrontarsi con la risoluta opposizione dei commercianti, particolarmente influenti sulla politica locale. Nel 1959, proprio per sbloccare la situazione di stallo nel settore commerciale, il Ministero del Commercio spostò la competenza sulle licenze per i supermercati dai comuni alle prefetture, riservandosi così un ruolo cruciale nella promozione delle moderne forme di distribuzione. Ciò creava condizioni più adatte alla diffusione dei supermercati; il governo centrale era infatti più favorevole alla grande distribuzione rispetto agli enti locali, perché essa era vista come acceleratore nella diffusione dei consumi di massa, che rappresentò uno degli elementi fondamentali della legittimazione del sistema politico nell'Italia del dopoguerra. Va detto che, dalla fine degli anni Cinquanta, anche la Confcommercio cercò di conciliare l'introduzione dei supermercati con gli interessi dei suoi associati, piuttosto che opporvisi frontalmente. Si realizzò una sorta di compromesso a livello geografico, cercando di limitare l'ingresso dei supermercati nei centri storici e favorendo piuttosto il loro impianto nelle zone di nuova urbanizzazione, che si stavano rapidamente estendendo nelle vaste aree metropolitane o nelle periferie delle città medie e grandi.

La crescita dei supermercati fu un fenomeno degli anni Sessanta, quando passarono da 82 a 522 (ISTAT, 1972-1977). La distribuzione regionale dei supermercati era estremamente

differenziata: la Lombardia, con i suoi 166 supermercati, era di gran lunga la regione dove la loro densità era più alta, circa 1 ogni 50.000 abitanti; il Trentino-Alto Adige ne aveva un numero molto alto data la popolazione; seguiva la Toscana e, con almeno un supermercato per 100.000 abitanti, il Piemonte, la Liguria, il Veneto e il Lazio. Pressoché assenti erano invece ancora i supermercati al Sud, dove cominciarono a diffondersi i minimarket, come testimonia la superficie media degli esercizi che in Puglia e Calabria non raggiungevano i 500 metri quadrati, e che era una evoluzione dei tradizionali empori presenti nelle cittadine della provincia italiana.

Una regione anomala da questo punto di vista era l'Emilia-Romagna, dove la tradizione cooperativa si era trovata in conflitto con la grande distribuzione commerciale prima di entrare in diretta concorrenza con essa. Questo le permise di avere il tempo di entrare nel mondo della grande distribuzione alimentare quando il fenomeno era già avviato, e funzionava, per cui poté iniziare con unità più ampie rispetto a quelle di altre regioni: la superficie media per supermercato in Emilia-Romagna era di 900 mq, il dato più alto a livello nazionale.

La localizzazione dei supermercati negli anni Sessanta era sensibile all'attrazione dei poli metropolitani: 109 dei 166 supermercati lombardi erano in provincia di Milano, vale a dire i due terzi a fronte di una popolazione del 46%; quasi la totalità dei supermercati del Lazio erano in provincia di Roma, il 90% su una popolazione del 74%; un terzo dei supermercati veneti era in provincia di Venezia, che contava invece solo un quinto della popolazione regionale. Anche in Toscana e in Emilia-Romagna i capoluoghi regionali assorbivano una quota di supermercati ben più

consistente di quella della popolazione. Più bilanciata era invece la distribuzione in altre regioni come il Piemonte, la Liguria, la Sicilia, la Campania. Dietro questi sviluppi si può scorgere l'efficacia dell'opposizione dei commercianti alla diffusione dei minimarket in provincia, mentre nelle grandi aree metropolitane l'espansione del mercato, e dello spazio urbano, creò maggiori opportunità per le nuove imprese, senza che queste entrassero in diretto conflitto con la distribuzione tradizionale.

Il sistema distributivo presentava perciò delle asimmetrie sia sul territorio nazionale, con una marcata differenza tra Nord e Sud, sia sul piano della distribuzione interna alle regioni, con una marcata differenza tra centri urbani e provincia. Tutto ciò fa pensare che, all'inizio degli anni Settanta, la diffusione dei supermercati in Italia, oltre che ancora relativamente limitata, risentisse pesantemente di circostanze in parte casuali che avevano presieduto al loro impianto. La presenza di pochi grandi gruppi che avevano scelto determinati centri urbani per iniziare la loro attività imprenditoriale condizionava fortemente la localizzazione dei supermercati, come testimoniano i casi di Milano e Firenze, dove iniziò l'avventura della Supermarkets italiani. Si stavano affermando nuovi piccoli gruppi che andavano a coprire alcuni buchi di mercato, come la Romana Supermarket nella capitale e il Gruppo Garosci a Torino. Al contempo, si stava consolidando la presenza dei grandi gruppi che progettavano più sistematiche coperture territoriali; si trattava tuttavia di un processo ancora molto limitato, che avrebbe fatto sentire i suoi effetti soltanto negli anni Settanta.

I supermercati erano uno spazio di consumo relativamente interclassista: i prezzi più bassi, anche del 15-25%, potevano infatti attirare la clientela meno abbiente. Non a caso, l'apertura di un

supermercato a Sesto San Giovanni, uno dei principali centri industriali dell'agglomerazione milanese, venne fortemente voluta dalla popolazione operaia (Scarpellini 2001). Inoltre, l'anonimità della struttura incoraggiava la clientela immigrata di recente al Nord, che si sentiva esclusa dalle forme di fidelizzazione dei negozi tradizionali nei quali si celavano larvate forme di discriminazione.

Anche dal punto di vista di genere, i supermercati segnalavano una presenza maschile nettamente maggiore rispetto al negozio tradizionale, nel quale le donne mantenevano un ruolo predominante (Scarpellini 2001). L'ampio assortimento di prodotti, reso possibile dal superamento della limitata offerta del settore agroalimentare italiano attraverso le importazioni e le garanzie di igiene e qualità, non sempre fornite dalla distribuzione tradizionale, attiravano nei supermercati anche le classi medio-alte. La storica arretratezza dell'industria agroalimentare italiana spinse le grandi catene, come la Supermarket italiani, a produrre in proprio alcuni generi che non potevano essere forniti con la qualità, quantità e continuità desiderate dalle piccole imprese esistenti: prodotti da forno, pasta fresca, gelati, uova, pollame e conigli; oppure faceva produrre a piccole imprese con il marchio SI, sia alimentari che generi di profumeria sotto la sua supervisione.

Con i prodotti preincartati non sono mancate diffidenze e resistenze per il venire meno di un diretto rapporto sensoriale con il cibo: si trattò di un processo di mutamento antropologico nel rapporto con i prodotti alimentari con il quale si erano dovuti confrontare, già nei primi decenni del secolo, le imprese e i pubblicitari americani (Strasser 1989; trad. it. 1999). I prodotti, infatti, spesso non potevano più essere visti, assaggiati, annusati perché contenuti in confezioni, scatole, lattine, coperti dal cellofan o ad-

dirittura surgelati. Il rapporto con il cibo andava ricostruito su nuove basi, vale a dire attraverso un circuito creato da packaging attraenti e da una pubblicità che evidenziasse ed enfatizzasse le qualità del prodotto.

Il sistema dei marchi, che si venne diffondendo negli anni del boom, consentì la costruzione di nuove forme di fiducia nei prodotti, che potevano affrancarsi dalla mediazione del negoziante di quartiere conosciuto dal cliente al quale tradizionalmente ci si affidava per suggerimenti e consigli. Si trattò di uno dei veicoli di nazionalizzazione del consumo alimentare, e non solo, che ebbe nella televisione una delle fonti più importanti creando un linguaggio del consumo nazionale che conviveva, ma in parte soppiantava, le specificità regionali o locali del consumo.

Fu una sorta di circolo virtuoso che si potenziava tra industrializzazione del settore alimentare e grande distribuzione. Aumentando la diffusione di prodotti confezionati, e poi surgelati, il supermercato retroagì sia sul sistema industriale, aprendo nuovi spazi all'industria alimentare, sia sul settore distributivo tradizionale, che dovette in molti casi adeguarsi a nuove regole del consumo, dettate dalla grande distribuzione e dalla pubblicità dei marchi più noti.

È possibile valutare il miglioramento dell'attrezzatura tecnologica dei negozi guardando a quelli che disponevano di un banco frigo, un'attrezzatura indispensabile per poter assecondare le nuove tendenze del consumo e che i consumatori potevano trovare ampiamente all'interno della grande distribuzione: nel 1971 erano circa un terzo (ISTAT, 1971-1977). Se si guarda alla distribuzione regionale, possiamo osservare tutta la distanza tra Nord e Sud: tutte le regioni del Nord, e la gran parte del Centro, ave-

vano infatti una quota dei negozi con banco frigo prossima o superiore al 40%; al Sud solo in Sicilia e in Puglia si raggiungeva il 20%, mentre nelle altre regioni ci si attestava sul 15%, o anche sotto. Si tratta della riprova che il settore distributivo del Sud era arretrato, a bassa produttività, e che costituiva un meccanismo di assorbimento della disoccupazione più che un dinamico settore imprenditoriale. Anche il numero degli esercizi in rapporto alla popolazione era più alto al Sud che al Nord, il che testimonia di un bassissimo fatturato di quei negozi, dato che il volume complessivo di consumi che dovevano spartirsi era ben inferiore a quello del Nord.

Il fenomeno di reciproco potenziamento tra diffusione della grande distribuzione e industrializzazione che è stato osservato per il settore alimentare era molto simile a quello che i grandi magazzini avevano provocato nel settore dell'abbigliamento, determinando il declino della sartoria artigianale e promuovendo invece la commercializzazione di abiti confezionati. Si trattò di un processo che ebbe effetti di nazionalizzazione nella cultura del vestire; i costumi regionali, infatti, persero di importanza nella vita quotidiana, rimanendo tutt'al più presenti in occasione di particolari feste religiose o popolari. Il linguaggio nazionale del vestire che si venne creando si frammentava sempre più sulla base di fratture dipendenti dall'appartenenza sociale, di generazione e di genere, mentre le differenze geografiche, soprattutto per le giovani generazioni, perdevano progressivamente di importanza. Si trattò di un processo iniziato lentamente sul finire degli anni Cinquanta; all'inizio di questo decennio, infatti, l'acquisto di abiti su misura era probabilmente ancora un'abitudine per la maggioranza degli italiani (Luzzatto Fegiz 1956). La trasformazione delle culture dell'apparenza nelle zone di provincia, soprattutto nel Meridione,

fu certamente più lenta ed ebbe un'accelerazione soltanto negli anni Settanta.

Il numero dei grandi magazzini, che era cresciuto dell'80% negli anni Cinquanta, raddoppiò nel decennio successivo, così che all'inizio degli anni Settanta ne venivano censiti 585, uno ogni 90.000 abitanti. Si è visto come, all'inizio degli anni Cinquanta, Sicilia e Sardegna mostrassero una presenza ben più marcata di grandi magazzini rispetto alle grandi regioni agricole del Nord, come l'Emilia-Romagna e il Veneto. A Cagliari, per es., vi era uno tra i 12 maggiori grandi magazzini del Paese, quelli che avevano più di 100 dipendenti, gli altri 11 erano collocati 3 a Milano, 6 a Roma e 2 a Napoli. Anche nel 1971 non sembra esservi una chiara gerarchia territoriale tra Nord e Sud. Se si eccettua la Basilicata, infatti, dove vi erano soltanto due grandi magazzini, aperti nel corso degli anni Sessanta, regioni come Sicilia e Sardegna presentavano ancora una concentrazione di grandi magazzini in rapporto alla popolazione più alta che in Piemonte. Anche la Puglia aveva una concentrazione non lontana dalla media nazionale, più arretrata era invece la Campania; particolarmente numerose furono le nuove aperture negli anni Sessanta in regioni come il Veneto, l'Emilia-Romagna, l'Umbria, l'Abruzzo. Nella distribuzione interna alle regioni, si riproduce la dominanza metropolitana che si è notata per i supermercati, anche se appare meno accentuata. In Piemonte, Lombardia, Lazio e Campania ben più della metà dei grandi magazzini erano situati nella provincia del capoluogo di regione, con valori che raggiungono l'84% nel caso di Roma; in provincia di Venezia erano situati un terzo dei grandi magazzini del Veneto, in provincia di Bologna vi erano un quarto dei grandi magazzini dell'Emilia-Romagna, in provincia di Palermo soltanto un quinto dei grandi magazzini siciliani.

La dominanza delle metropoli del triangolo industriale era ancora indiscutibile, quasi un quinto di tutti i grandi magazzini italiani risultavano ubicati nelle tre province di Milano, Torino e Genova, tuttavia cominciava a profilarsi un'infrastruttura commerciale abbastanza diffusa, un fenomeno destinato a consolidarsi negli anni successivi. Nel caso del vestiario, il principale settore commerciale dei grandi magazzini, il conflitto con il commercio tradizionale era meno acceso che nel settore alimentare. Anzitutto, perché i grandi magazzini esistevano ormai da mezzo secolo e non era in discussione perciò la loro presenza come componente della struttura della distribuzione; in secondo luogo, perché le tipologie di prodotti che offrivano erano in parte diverse da quelle del commercio tradizionale, che poteva rivendicare una maggiore qualità del prodotto rispetto alla produzione in serie; infine, perché i grandi magazzini stavano ampliando la loro offerta in settori come l'arredamento e gli utensili per la casa, una voce in rapida espansione per la quale non vi era una capillare struttura distributiva.

## GLI AMBULANTI

Un capitolo a sé parlando del sistema della distribuzione negli anni del boom riguarda il commercio ambulante, ben presente, sebbene in calo, nell'Italia degli anni Cinquanta, quando il numero degli ambulanti ammontava al 7,6% del totale degli esercizi commerciali. All'inizio degli anni Cinquanta la maggior parte degli ambulanti girava a piedi o in bicicletta, soltanto uno su sei era dotato di un mezzo meccanico; una proporzione quest'ultima che variava notevolmente nel territorio nazionale perché mentre nelle regioni del Centro-Nord gli ambulanti dotati di un mezzo meccanico erano il 20-25%, in quelle del Sud raramente raggiun-

gevano il 10%, nel caso della Sicilia soltanto il 2%. Ciò significa che dietro questa professione vi erano situazioni molto diverse: mentre in alcune aree del Nord vi erano imprese con una qualche dotazione di capitale e un discreto raggio d'azione, al Sud si trattava di una popolazione spesso poverissima. Il calo degli ambulanti registrato negli anni Cinquanta è da imputare al miglioramento del sistema distributivo e alla creazione di opportunità occupazionali che rendevano questo lavoro particolarmente precario e faticoso sempre meno appetibile. Tuttavia la diminuzione non fu generalizzata: in Calabria vi fu addirittura un aumento del 17%, anche in molte aree dell'Appennino centro-meridionale si assistette a un incremento del numero degli ambulanti, che potevano giovarsi di mezzi meccanici per gli spostamenti. Ancora negli anni Sessanta in alcune remote aree d'Italia l'incremento dei consumi era reso possibile dalla presenza del commercio ambulante, perché il sistema distributivo più moderno non era interessato a operare in mercati isolati, ristretti e poveri quali quelli di gran parte delle aree interne delle regioni del Centro-Sud. Tuttavia, proprio la crescita del numero di ambulanti in quelle aree depresse mostra come, a modo loro, esse partecipassero a una trasformazione complessiva dei consumi che stava investendo il Paese. Negli anni Sessanta, l'affermazione di moderne forme della distribuzione commerciale ha perciò dovuto confrontarsi con una dinamica territoriale del consumo che presentava ancora marcate differenze regionali, persistenti fratture tra città e campagna, aree ancora isolate nelle regioni montane interne e alpine. Questa complessa articolazione dello spazio fisico della distribuzione e del consumo interagì con la ristrutturazione dello spazio virtuale creato dai media, che aprì un'ulteriore dimensione simbolica delle culture del consumo.

## Ruolo della pubblicità nel boom dei consumi

Negli anni del boom vi fu una crescita della presenza della pubblicità un po' in tutti i media. Le imprese di distribuzione, si rivolgevano alla stampa locale per annunciare le loro aperture, le campagne promozionali, le novità; potevano servirsi anche di testate nazionali provviste di pagine locali come il «Corriere della sera», che ebbe un ruolo molto importante per il lancio dei supermercati a Milano. O ancora, la nascita o il rinnovamento di molti rotocalchi popolari negli anni Cinquanta e Sessanta, destinati a consumatori dai profili abbastanza precisi in termini di genere, generazione, estrazione sociale e culturale, erano destinatari di promozioni commerciali che miravano a specifiche nicchie di consumatori; gli investimenti pubblicitari sui periodici aumentarono costantemente arrivando a eguagliare quelli destinati ai quotidiani alla metà degli anni Settanta. Alla fine degli anni Cinquanta era ancora la carta stampata, presa nel suo complesso, in grado di raggiungere la più ampia quota del mercato, seguita dalla radio, dal cinema e dalla televisione che con l'inizio della trasmissione di "Carosello" nel 1957 inaugurò una nuova dimensione pubblicitaria.

La diffusione della televisione nelle abitazioni degli italiani fu molto più rapida di quella di altri beni durevoli. Nel 1961 gli abbonati erano già 2,6 milioni, vale a dire 53 per 1000 abitanti: possiamo perciò stimare che il televisore fosse presente in una casa su otto, sebbene il pubblico fosse molto più ampio data la ben documentata abitudine della visione collettiva nei bar o nelle case private. Le differenze regionali nella diffusione erano piuttosto sensibili, anzitutto per ragioni tecniche legate alla morfologia dei territori, che rendeva difficili le trasmissioni nelle aree montuose

del Paese, così che il numero degli abbonati era circa la metà della media nazionale in Trentino-Alto Adige, poco più della metà in Valle D'Aosta. Di grande influenza era inoltre il costo elevato dell'apparecchio, che rendeva la geografia della diffusione della televisione molto simile a quella della ricchezza italiana. Ben al di sotto della media erano infatti tutte le regioni del Sud, in particolare quelle che al reddito modesto aggiungevano un territorio largamente montuoso: la Basilicata era all'ultimo posto con 20 abbonati per 1000 abitanti, poco sopra la Calabria con 24, le altre regioni si collocavano tra i 30 e i 35. Le regioni nelle quali la televisione ebbe una diffusione nettamente più rapida sono quelle a forte dominanza metropolitana come la Lombardia, il Lazio, la Liguria. Nei primi anni, insomma, la diffusione degli abbonamenti e degli apparecchi era ancora prevalentemente urbana. Non era infatti infrequente che più della metà degli abbonamenti registrati a livello regionale si concentrasse nel capoluogo, con punte dell'80% in Lazio e del 70% in Liguria.

In quegli anni la televisione era nettamente più diffusa nelle aree urbane e rinforzava alcune tendenze che vedevano già le grandi città all'avanguardia nell'innovazione dei comportamenti sociali e nell'elaborazione di nuove culture del consumo. Le città avevano la maggiore concentrazione di popolazione abbiente, stampa e pubblicità ne permeavano massicciamente l'immaginario e la grande distribuzione commerciale vi aveva la propria sede di elezione, esercitando i suoi effetti di ampliamento e innovazione dell'offerta e di stimolo alla dinamica del consumo. È proprio nel quadro della diffusione della grande distribuzione che la pubblicità televisiva si inseriva in modo virtuoso, perché costituiva un veicolo estremamente efficace per la costruzione di un rapporto diretto tra il consumatore e il marchio propagandato. Si tratta di

un passaggio fondamentale nella storia dei consumi del dopoguerra, perché collega la produzione industriale di beni di consumo e il consumatore attraverso la mediazione della grande distribuzione e della pubblicità televisiva. Il consumatore si trovava così a saltare le mediazioni personali nel suo rapporto con i beni di consumo per riferirsi invece sempre più a un universo simbolico creato mediaticamente, attraverso il quale costruiva un diretto rapporto di fiducia con il marchio.

Nel 1971 il numero di abbonamenti in rapporto alla popolazione era più che triplicato, così che il televisore era ormai presente in una famiglia su due, e le pur persistenti differenze territoriali si erano notevolmente ridotte: nel 1961 la regione con il più alto numero di abbonati, il Lazio, aveva più di quattro volte il numero di abbonati della regione che ne aveva meno, la Basilicata. Nel 1971, la Liguria che aveva il più alto numero di abbonati in rapporto alla popolazione, aveva poco più della metà degli abbonati di quella che risultava averne di meno, vale a dire la Calabria. Il miglioramento del grado di copertura territoriale della televisione favorì il parziale superamento del gap delle regioni montuose del Nord: la Valle D'Aosta aveva raggiunto la media nazionale, mentre Trentino-Alto Adige e Friuli Venezia Giulia rimanevano ancora al di sotto, ma non di molto. Nelle più ricche regioni del Nord si registrava un abbonato ogni cinque abitanti, al Sud uno ogni dieci. La televisione era ormai presente in circa due terzi delle famiglie liguri, lombarde, piemontesi, emiliane e toscane, e in circa un terzo delle famiglie calabresi, siciliane e lucane.

Se la frattura Nord-Sud appariva ancora rilevante, si era ridotta invece in modo sensibile la concentrazione metropolitana degli abbonamenti e con essa il gap tra città e campagna. Se prendiamo

i dati aggregati di radio e televisione possiamo vedere come Roma aveva 225 abbonati per 1000 abitanti, mentre nel Lazio erano 218; Milano 294 contro i 262 della Lombardia; Torino 278 contro i 263 del Piemonte; Genova 272 contro i 266 della Liguria; Napoli 157 contro i 151 della Campania; addirittura risultava invertita la tendenza in Sicilia, dove Palermo aveva 123 abbonamenti per mille abitanti, la Sicilia 147. All'inizio degli anni Settanta, perciò, la televisione era in grado di dispiegare la sua funzione di promozione commerciale in modo da contribuire al superamento della frattura tra città e campagna, un fenomeno che si accentuerà nel corso dei decenni successivi anche grazie all'azione di ulteriori fattori, quali l'aumento della mobilità e del crescente utilizzo dei collegamenti telefonici.

Grazie alla pubblicità televisiva, l'universo legato alla commercializzazione della società sviluppava una vocazione nazionale e produceva degli effetti di superamento delle fratture geografiche.

"Carosello" è stato certamente un fondamentale veicolo di nazionalizzazione del linguaggio dei consumi e di promozione su scala di massa di prodotti che avevano spesso già una lunga storia locale o regionale. Un'analisi dei principali prodotti propagandati da "Carosello" ci permette di fotografare l'immagine del boom economico. Certamente l'Italia si era avviata lungo la direzione della diffusione dei consumi di massa e stava seguendo un modello di economia, società e cittadinanza che si era affermato negli Stati Uniti nella prima metà del secolo; dagli Stati Uniti aveva importato inoltre il sistema della distribuzione attraverso i supermercati. Tuttavia, i prodotti e l'apparato simbolico che davano sostanza a questi processi di trasformazione materiale avevano spesso precise radici imprenditoriali e culturali italiane. Si po-

trebbe sostenere che "Carosello", più che l'americanizzazione dell'Italia, promosse l'italianizzazione delle culture del consumo. Molte delle imprese che tra gli anni Cinquanta e Settanta comparivano in "Carosello" si erano già affermate tra Otto e Novecento e talvolta avevano anche definito in modo abbastanza preciso la propria immagine nella comunicazione pubblicitaria. Ciò che nel frattempo era profondamente mutato era il mercato, il sistema di distribuzione e gli strumenti di comunicazione pubblicitaria: tutto ciò diede un fondamentale contribuito al superamento di alcune fratture sociali e territoriali nelle culture del consumo. Attraverso "Carosello", la televisione stimolò l'allargamento del mercato, aiutando a dare dimensione nazionale a circuiti di produzione, commercializzazione e consumo che fino a quel momento avevano avuto un carattere locale o addirittura cittadino.

Se passiamo in rapida rassegna i prodotti che furono oggetto di massicce campagne pubblicitarie su "Carosello" tra la fine degli anni Cinquanta e i primi anni Settanta (almeno dieci cicli di trasmissione), possiamo notare un'assai scarsa presenza di prodotti stranieri.

Ad esempio i dolciumi. Qui vi è un prodotto, i Pavesini, di ispirazione americana: Mario Pavesi, infatti, li ideò dopo un viaggio negli Stati Uniti che gli diede utili suggerimenti anche per elaborare il modello di autogrill sviluppato poi nelle autostrade italiane; tuttavia, Pavesi era partito da un'azienda familiare di prodotti artigianali da forno aperta a Novara negli anni Trenta.

Due grandi protagonisti dell'industrializzazione del panettone avevano iniziato a competere a Milano fin dagli anni Venti, a partire, rispettivamente, dai piccoli laboratori e annessi negozi Motta e dalla celebre pasticceria Alemagna di Piazza Duomo.

Il Bacio Perugina era un'invenzione del gruppo Buitoni-Perugina, già oggetto di fortunate campagne pubblicitarie radiofoniche negli anni Trenta, mentre i celebri biscotti Plasmon erano prodotti da un'azienda fondata a Milano all'inizio del secolo da Cesare Scotti, diventata statunitense nel 1963, quando fu acquisita dal gruppo Heinz.

I principali altri marchi di generi alimentari su "Carosello" in quegli anni sono: Cirio, l'industria conserviera fondata a Torino nel 1856; Star, un'impresa brianzola fondata dopo la Seconda guerra mondiale, della quale si promuove soprattutto il doppio brodo; il formaggio Belpaese creato nel 1906 dal caseificio Galbani nei pressi di Lecco e acquisito dalla famiglia Invernizzi negli anni Trenta; latte e latticini Polenghi Lombardo, un'azienda bergamasca acquisita dalla Federconsorzi. L'unico prodotto interamente straniero era la margarina Gradina, peraltro non di provenienza americana, ma prodotta dalla multinazionale olandese-inglese Unilever.

"Carosello" fu veicolo di promozione nazionale di amari, aperitivi, liquori che avevano già una brillante storia locale ed erano diventati parte delle culture urbane del consumo nella prima metà del secolo. Il Ramazzotti era un amaro venduto nei caffè già nella Milano asburgica. Il Campari si era diffuso nella Milano postunitaria a partire dal leggendario caffè Campari all'angolo tra piazza Duomo e la galleria Vittorio Emanuele e segnò la storia del cartellone pubblicitario italiano grazie alla collaborazione di alcuni artisti, in particolare Fortunato Depero. Il Biancosarti era un'invenzione di fine Ottocento della bolognese Sarti. Lo Stock 84 era prodotto da una dinastia imprenditoriale che risaliva alla Trieste asburgica, mentre la Vecchia Romagna era stata inventata nel

1939 dalla Bouton, un'impresa bolognese che operava nel ramo fin dall'Ottocento. La China Martini è torinese; lo Strega è un digestivo beneventano prodotto dal 1860; antichissimo lo spumante Asti Cinzano. I birrai italiani, frammentati in molte piccole aziende locali spesso di lunga storia, si coalizzarono per promuovere il prodotto senza marchio su "Carosello" nel tentativo di avviare una maggiore concorrenza al vino. Tra i prodotti relativamente nuovi che comparvero in queste promozioni troviamo soltanto il Cynar, creato nel 1952 dall'imprenditore veneziano Angelo Dalle Molle.

Tra le bevande analcoliche spiccano il bitter Sanpellegrino, di un'azienda bergamasca fondata a inizio secolo, e la Coca Cola, tra i pochi prodotti statunitensi, che inizia a comparire in "Carosello" nel 1964. Più tarda è la pubblicità delle acque minerali: inizia la Sangemini negli anni Settanta, mentre in precedenza dominavano le polveri effervescenti come l'Idrolitina Gazzoni, prodotta dall'azienda bolognese fin dall'Ottocento. Il caffè Lavazza, prodotto fin dall'Ottocento da un'azienda torinese, iniziò la pubblicità su "Carosello" nel 1964, mentre il Nescafé, un'invenzione della svizzera Nestlé del 1938, aveva iniziato già nel 1958. Il Tè Ati era commercializzato dall'Azienda Tabacchi Italiani (nata durante il ventennio fascista grazie al sostegno pubblico), che promuoveva anche la Camomilla Montana.

In ambito farmaceutico furono promossi Alka Seltzer, un prodotto americano degli anni Trenta, e il digestivo Antonetto, opera di una azienda farmaceutica torinese all'inizio del secolo. Vari erano i prodotti Carlo Erba, il principale gruppo farmaceutico italiano fin dalla metà dell'Ottocento.

Come è ben noto, gli spazi pubblicitari su "Carosello" erano

rigidamente contingentati e ciò faceva sì che vigesse una politica pubblicitaria non esente da condizionamenti politici e da pressioni dovute a interessi commerciali. La limitata presenza straniera, insomma, poteva essere il risultato di un certo controllo dei grandi gruppi imprenditoriali italiani sul principale spazio della pubblicità televisiva. Se ai generi di lusso, come i gioielli, erano chiuse le porte di "Carosello" per ragioni di opportunità, in altri casi, come quello dell'automobile, erano gli interessi di una grande industria nazionale a bloccare l'accesso pubblicitario italiano alla concorrenza straniera. Più che dalla promozione degli autoveicoli, la motorizzazione di massa che investì il Paese in quegli anni, infatti, è visibile su "Carosello" attraverso le campagne dei carburanti Agip, dei pneumatici Pirelli e della Lambretta Innocenti, tutti prodotti rigorosamente italiani.

Tra i prodotti per la casa troviamo il materasso a molle Permaflex, prodotto a Frosinone, la biancheria Movil in polipropilene, un materiale nuovo prodotto dalla toscana Montecatini. Sempre in Toscana, a Prato, aveva sede la Ruggero Benelli, che produceva la Cera Liù. Per la tinteggiatura della casa venivano propagandati il Ducotone, della Montesud Petrolchimica, controllata dalla Montecatini; e il Tintal della milanese Max Meyer.

Tra i detersivi spiccava Ava, della Miralanza, storico gruppo italiano cresciuto in seguito a numerose fusioni negli anni Venti e Trenta. Per scarpe, mobili, pavimenti si proponevano i lucidatori Brill della Salmich, mentre il deodorante per la casa Aersana era prodotto dal gruppo toscano Manetti & Roberts.

I frigoriferi Atlantic del gruppo Merloni trovarono spazio su "Carosello" precocemente perché si trattava di una linea a basso prezzo, mentre per le lavatrici era presente la Candy, un nome de-

rivato da una canzone americana degli anni Quaranta per un prodotto brianzolo; tra le macchine da cucire era sicuramente la Singer quella più affermata.

Per la cura del corpo troviamo il bagno schiuma Vidal, dell'omonimo gruppo veneto attivo da ormai un secolo; sempre dal Veneto venivano la brillantina e la lavanda Linetti; mentre, tra i prodotti stranieri, trovavano spazio le creme del gruppo francese L'Oréal e il dentifricio tedesco Chlorodont. La lacca per capelli era un settore a forte presenza straniera con la Elnett Satin (L'Oréal) e l'americana Helen Curtis. Lo stesso si può dire per le lamette da barba della bostoniana Gillette e per le penne a sfera della francese Bic.

Nel settore dell'abbigliamento spiccava il gruppo Marzotto di Valdagno che, dopo una secolare storia imprenditoriale basata sulla tessitura e la filatura, entrò nella produzione delle confezioni promuovendo i propri vestiti maschili su "Carosello" con una serie di campagne che iniziano nel 1959. Simile il percorso della Lanerossi di Schio, con una lunga e gloriosa storia imprenditoriale alle spalle, che dal 1958 avviò una campagna pubblicitaria sistematica in televisione per promuovere le proprie lane, cappotti, coperte e termocoperte. I numerosi caroselli della faentina Omsa ne fecero il marchio principale per calze da donna e collant.

Se dagli Stati Uniti erano venute innovazioni negli stili di vita che comportavano un nuovo rapporto con i beni di consumo, il grande apparato simbolico dispiegato da "Carosello" sembra aver contribuito soprattutto alla creazione di uno spazio simbolico nazionale del consumo, che ha permesso ad alcuni grandi marchi di costruire un immaginario e un linguaggio del consumo parlato in tutte le aree del Paese.

"Carosello" durò per vent'anni e fu un veicolo importante delle trasformazioni della società dei consumi italiana. Contribuì tuttavia anche a frenarne la dinamica, date le ferree regole che ne limitavano lo spazio nei palinsesti e che condussero alla sua chiusura nel 1977, sotto la spinta di un'ormai imminente rivoluzione della pubblicità televisiva che avrebbe accompagnato la liberalizzazione del settore. La televisione, tra gli anni Sessanta e Settanta assorbiva soltanto il 15% degli investimenti pubblicitari. contro il 60% della carta stampata, e se alla fine del decennio si portò sul 20% non fu in ragione dell'erosione di quest'ultima, ma del declino del cinema. Negli anni Settanta gli investimenti pubblicitari crebbero a un tasso inferiore a quello del PIL e fu solo a partire dal 1979 che si assistette a un'esplosione della pubblicità televisiva, in concomitanza con il decollo delle TV commerciali e dell'avvento del colore (Ortoleva 1995). Tra il 1979 e il 1984 si registrò l'esplosione degli investimenti pubblicitari, grazie soprattutto alla crescita delle televisioni commerciali: nel giro di cinque anni gli investimenti pubblicitari totali si moltiplicano quasi per quattro, quelli televisivi quasi otto volte e sono ormai quasi la metà del totale (Falabrino 1989). Di questa apertura di spazi pubblicitari beneficiarono, soprattutto nei primi anni, non solo la grande industria, ma anche la piccola industria e gli artigiani locali, nonché i grandi negozi e i primi ipermercati che si servivano delle tv locali per fare conoscere la propria presenza nel territorio.

## GLI ANNI SETTANTA E LA FINE DEL BOOM

Nonostante siano gli anni nei quali si interrompe la fase espansiva del boom, gli anni Settanta in Italia, e in particolare in alcune regioni italiane, vedono perdurare una sostanziale crescita dei con-

sumi, non più ai tassi del ventennio del boom economico, ma ben più alti di quelli ai quali l'Italia si è abituata negli ultimi quindici anni. Vi è soltanto un anno nel quale si registra un vero e proprio calo nella spesa per consumi, il 1975, che è tuttavia compensato dalla crescita consistente degli anni precedenti e successivi, tanto che l'incremento medio annuo si attesta attorno al 3,8%, mezzo punto al di sopra del PIL.

Se a livello nazionale gli anni Settanta sembrano perciò segnare un ridimensionamento della dinamica del consumo piuttosto che un'inversione di tendenza, anche sul piano del riequilibrio geografico tra i livelli di consumo prosegue la tendenza che è stata evidenziata per il periodo precedente. Le aree con i consumi più alti crescono meno della media nazionale, rispettivamente il Nord-Ovest con il 3,6% e il Centro con il 3,3%; il Sud, con il 3,9%, cresce leggermente di più della media nazionale, ma è soprattutto il Nord-Est, con il 4,8%, a continuare a crescere a tassi vicini a quelli del boom economico.

Nel 1971 la regione con i livelli di consumo più alti è la Valle D'Aosta, che supera del 60% la media nazionale in conseguenza dei privilegi fiscali garantiti dallo statuto che rende impropria la comparazione con le regioni ordinarie. Segue la Liguria che supera del 25% la media nazionale; superano di circa il 10-15% la media nazionale anche le altre due regioni del triangolo industriale italiano, Piemonte e Lombardia; su livelli simili vi sono l'Emilia-Romagna, la Toscana, il Lazio e le altre due regioni a statuto speciale del Nord: Trentino-Alto Adige e Friuli Venezia Giulia. I livelli più bassi di consumo vengono invece registrati in alcune regioni meridionali: Puglia e Campania sono al di sotto della media nazionale di poco più del 20%; Molise, Basilicata e Calabria di circa il

30%. Alcune di queste differenze si accentuano ulteriormente nel corso degli anni Settanta. I consumi in Valle D'Aosta crescono a una media annua del 4,8%, tanto che il suo livello di consumi nel 1981 supera del 70% quello nazionale; tra le altre regioni che già si collocavano al di sopra della media nazionale all'inizio del decennio cresce notevolmente anche il Trentino-Alto Adige, il 5,8%, tanto da portarsi al 24% in più del consumo medio nazionale per abitante; al Nord sono sostenute anche la crescita di Veneto, Emilia-Romagna e Friuli Venezia Giulia: il Veneto, che nel 1971 era ancora al di sotto della media nazionale ora la supera, mentre Emilia-Romagna e Friuli Venezia Giulia sono ora al di sopra della media nazionale del 15%. Il rallentamento della crescita di Piemonte e Lombardia, dove la crisi industriale si fa sentire di più, fa sì che esse siano superate dall'Emilia-Romagna, segnalando un mutamento nelle gerarchie territoriali della ricchezza italiana che si andrà consolidando nel periodo successivo. Nel resto d'Italia si assiste a un riequilibrio interno. Al Centro crescono di più le regioni che erano più basse, Umbria e Marche (4,1% annuo), di quelle che erano più alte, Toscana e Lazio (poco più del 3%). Al Sud crescono notevolmente Abruzzo, Molise e Calabria; mentre crescono al di sotto della media nazionale Puglia e Sardegna. La Calabria rimane la regione italiana con il livello di consumi più basso: se nel 1971 era del 31% al di sotto della media nazionale, ora è del 27%.

Il riequilibrio nei consumi non è una diretta funzione dell'andamento del reddito, come dimostra il fatto che in questi anni i consumi crescono più del PIL. La disaggregazione regionale del rapporto PIL/consumi è statisticamente più problematica, ma è possibile evidenziare alcune tendenze. Si può notare, in linea generale, che le regioni con un PIL più alto destinano ai consumi

una quota minore di quelle con il PIL più basso: nelle regioni più povere i consumi crescono più del PIL, mentre in quelle più ricche crescono meno del PIL. Nei suoi termini generali questa tendenza è tutt'altro che sorprendente, vale a dire che all'aumentare del reddito aumenta la quota destinata al risparmio. Tuttavia, ci si trova anche di fronte a un processo di nazionalizzazione degli standard di consumo, tale per cui nelle regioni dove i consumi sono più bassi il rapporto tra consumi e PIL sale in modo più che proporzionale: in Veneto ed Emilia-Romagna, per es., il PIL cresce in misura maggiore rispetto alla media nazionale, ma l'incremento dei consumi è ancora più alto tanto che il rapporto tra consumi e PIL passa dal 77% all' 83-84%. In Calabria, dove il livello dei consumi è il più basso d'Italia, il rapporto va dal 94 al 100%, in Sicilia dal 92 al 99%. Anche in Liguria, dove l'incremento del PIL viene rallentato (del 2,8%) dalla crisi industriale, i consumi aumentano del 4,2% con un incremento del rapporto con il PIL che passa dal 73 all'81%.

Sembra che proprio negli anni nei quali si apre il dibattito sui limiti della crescita e sulla critica del modello di sviluppo, e in cui vengono varate le misure di austerity, si accentui una dinamica – messa in luce dalla recente storiografia sui consumi e che costituisce una sorta di sua premessa metodologica – secondo la quale i consumi sono una variabile indipendente rispetto al reddito. Occorre comunque tenere presente che in parte queste cifre si spiegano con una redistribuzione nazionale delle risorse, come accade per esempio per i consumi relativi alla salute. Se i consumi stanno in relazione con il reddito, esso non li determina interamente perché sono legati a modelli culturali e processi di socializzazione.

Negli anni Settanta un determinato standard di consumo sem-

bra percepito sempre più come un elemento integrante del profilo della cittadinanza, assumendone i caratteri nazionali, mentre si approfondisce la segmentazione della società attraverso la diversificazione degli stili di consumo, secondo una dinamica già delineata dagli anni Cinquanta.

Che gli anni Settanta siano un decennio nel quale aumenta in modo consistente la disponibilità di risorse per consumi diversificati è confermato dall'andamento della quota destinata ad alimentari e bevande, che si riduce drasticamente lasciando spazio a nuovi impieghi del reddito: all'inizio del decennio, infatti, è del 34,6%, all'inizio degli anni Ottanta del 28,1%. Se tralasciamo i valori della Valle D'Aosta, significativamente più bassi della media nazionale a causa della peculiare situazione già menzionata, possiamo vedere come il Sud. nonostante l'aumento dei consumi a livello aggregato che caratterizza il decennio, non riduce questa quota destinata all'alimentazione nelle stesse proporzioni del Nord. Nel 1971, infatti, nelle regioni del Centro-Nord la spesa pro capite per alimentazione si attesta su percentuali che variano tra il 31% e il 35%, al Sud tra il 36% e il 42%. Nel 1981 guesta differenza Nord-Sud si fa più articolata: la riduzione della quota delle spese alimentari è particolarmente marcata nelle regioni del Nord-Est, mentre le regioni del Nord-Ovest e quelle del Centro si muovono in linea con la tendenza nazionale. Al Sud, invece, la riduzione della quota è inferiore, il che fa aumentare il divario con il resto del Paese: le regioni del Sud e le isole infatti, che avevano una distanza di due punti e mezzo dalla media nazionale nel 1971, ora hanno una distanza di tre punti e mezzo. Questo andamento del Sud, tuttavia, nasconde un riequilibrio interno alle regioni meridionali: a ridurre in modo marcato la quota di spese per l'alimentazione sono, infatti, soprattutto le regioni che stavano

in ritardo dieci anni prima (Molise, Basilicata e Sicilia), così che ora quasi tutte le regioni del Sud collocano la loro quota tra il 32 e il 33%, con l'eccezione della Sicilia, 30,6%, e dell'Abruzzo, 29,1%. Al Nord, se si tolgono le regioni a statuto speciale, si assiste a un significativo mutamento di gerarchie: le regioni che ora hanno le quote più basse sono infatti, nell'ordine: il Veneto, la Liguria, l'Emilia Romagna, con quote intorno al 26%; Piemonte e Lombardia spendono circa il 27-28%; le regioni del Centro, alle quali si è ormai agganciato l'Abruzzo, sono intorno al 28-29%, con l'eccezione del Lazio dove la presenza della capitale porta questa quota al 26,4%.

Se si prende questa quota come indice di prosperità, insomma, si potrebbe sostenere che negli anni Settanta si ridefiniscono alcune tendenze: il divario Nord-Sud non si riduce, segno che, ancora negli anni Settanta, in alcune aree del Sud la quota del bilancio alimentare non era ancora diventata una variabile facilmente comprimibile, o, detto in altri termini, attirava, in proporzione della disponibilità, maggiori risorse che al Nord; mentre al Nord mutano ormai sempre più chiaramente le gerarchie, con il Nord-Est che riduce la quota in modo sensibilmente più alto del Nord-Ovest.

Si sta parlando di spese di consumo e non di quantità, e che perciò queste situazioni potevano essere determinate non solo dalle differenze di reddito, ma anche dalle differenze di prezzo che in un settore come quello alimentare possono manifestare sensibili differenze locali rispetto ad altri settori come trasporti, energia, spettacoli e consumi culturali e salute, dove le tendenze alla nazionalizzazione dei prezzi sono più marcate. Uno sguardo ai valori assoluti della spesa aiuta a mettere a fuoco queste differenze. Nel

1971 la spesa nazionale media pro capite per alimentari era di circa 277.000 lire. Se si guarda alla spesa suddivisa per regioni, le differenze risultano molto marcate: si va dalla spesa minima della Calabria, dove si spendono circa 187.000 lire pro capite, al massimo della Liguria, dove se ne spendono 338.000. Hanno una spesa superiore alla media del 15-20% Piemonte, Liguria, Lombardia e Toscana; hanno invece una spesa inferiore del 15-18% rispetto a quella nazionale Abruzzo, Molise, Sicilia, Puglia, del 23-25% Campania e Basilicata, del 33% la Calabria. Tutte le altre regioni non si discostano più del 10% dalla media nazionale. Nonostante la quota più alta, insomma, la spesa per consumi alimentari al Sud è chiaramente inferiore a quella del Nord, sebbene occorra guardare a questi dati con cautela, dato che essi sono influenzati dai prezzi al consumo che potevano essere significativamente diversi da regione a regione. Dal punto di vista delle quantità, si registra un incremento consistente di carne suina e pollame; pomodori, ortaggi e patate; latticini e formaggi; cala il consumo di vino e aumenta quello di birra; cala infine il consumo di cereali. L'autoconsumo ha ormai perso rilevanza statistica, è apprezzabile infatti soltanto quello relativo all'olio e, in misura minore, alla frutta e al pesce, mentre cresce considerevolmente la spesa per i consumi di alimentari e bevande al di fuori della casa. Una tendenza. quest'ultima, destinata a consolidarsi nel periodo successivo, in ragione della destrutturazione delle tradizionali abitudini di organizzazione familiare dei pasti, della disarticolazione dei tempi e degli spazi della società in relazione al genere e all'età, che porta una quota sempre maggiore di persone a consumare pasti o spuntini fuori casa (Zamagni 1998).

Tuttavia, si può sostenere che, al di là delle differenze macroscopiche sul piano dei consumi più avanzati, l'Italia all'inizio degli anni Settanta era ancora ben lungi dall'avere colmato il suo divario interno, anche dal punto di vista dei consumi di base. Dieci anni dopo le differenze si sono invece considerevolmente ridimensionate. Ora, dato il vivace processo inflazionistico che ha caratterizzato il decennio, la spesa pro capite è superiore a 1.200.000 lire; ma se guardiamo agli scarti delle regioni dalla media nazionale, possiamo vedere come soltanto la Liguria mantenga il 23% più della media nazionale, mentre il Piemonte è passato dal 18 al 12%, la Lombardia dal 16 al 15%, la Toscana dal 17 al 9%; è salita l'Emilia-Romagna, dal 9 al 12%, ma nel complesso le regioni del Centro e del Nord diminuiscono il loro vantaggio sulla media nazionale. Il processo inverso lo si può registrare al Sud, che nel 1971 era al di sotto del 20% della media nazionale, nel 1981 del 16%. Questo aumento è dovuto in particolare a tre regioni: la Calabria, che da un valore inferiore alla media nazionale del 33% passa al 25%; la Campania, che passa dal 23 al 15%; l'Abruzzo, dal 14 all'8%.

<sup>\*</sup>Portavoce nazionale di Konsumer Italia

## GLI OCCHI DELLA FILATELIA SU QUEL MERAVIGLIOSO MIRACOLO ECONOMICO ITALIANO

di Angelo Piermattei\*

Al termine della seconda Guerra Mondiale l'influenza del blocco economico angloamericano produsse importanti aiuti economici, l'Italia iniziò ad uscire dalla situazione di distruzione per creare quello che venne definito il "miracolo economico", che ci avrebbe portato nel giro di pochi anni a rientrare tra le nazioni di maggior peso nel mondo. Tutte le grandi iniziative italiane furono accompagnate da una notevole produzione di emissioni filateliche di elevata qualità artistica che dimostrarono il netto cambiamento politico delle scelte italiane nel campo dello sviluppo economico. I francobolli qui presentati sono quelli relativi a propagandare le manifestazioni nazionali e internazionali realizzate nel nostro paese o l'avvio di attività lavorative che ancora oggi richiedono continui sforzi intellettuali e tecnologici. Già dal 1949 il paese decise di propagandare le proprie scelte economiche con serie di francobolli dedicati. Un esempio sono i tre esemplari per il Programma di Ricostruzione dell'Europa (ERP) voluta dagli USA.



I tre francobolli da 5, 15 e 20 lire riportano una allegoria della ricostruzione.

Il 1° ottobre 1945 in periodo monarchico erano stati emessi i primi francobolli della serie "Democratica", la così detta serie della speranza con i suoi simboli che non lasciano dubbi: le catene del passato spezzate, la fiaccola, la pianticella piantata, la giovane famiglia, non erano legati ad alcun partito politico o forma istituzionale, occorreva guardare avanti.

Il 1949 aveva visto l'emissione di francobolli che sottolineavano le iniziative promozionali per l'economia nazionale come: le mostre, le fiere, i congressi, gli incontri. I due francobolli per la 27° Fiera Campionaria di Milano e per la 13° Fiera Campionaria di Bari costituirono un felice e significativo avvio.





Nel 1950 non è più il tempo delle speranze ma il momento di rimboccarsi le maniche e di mettersi a lavorare, in quell'anno uscì di scena la serie "Democratica" lasciando il posto all'Italia al Lavoro.

Il 1950 è l'anno che vide una vasta programmazione delle emissioni filateliche. Le prime tre emissioni dedicate ad altrettante grandi esposizioni commerciali: 28° Fiera di Milano (12 aprile), 32° Salone Internazionale dell'Automobile di Torino (29 aprile) e 14° Fiera del Levante a Bari (21 agosto), sono la dimostrazione che si stava avviando una grande volontà di rinascita da parte di ogni strato sociale. Quell'anno era finita l'era del lavoro bruto ed era nata l'epoca del lavoro intelligente, che ci avrebbe portato nel novero delle sette nazioni di maggior peso nel mondo. Tutta l'industria e l'artigianato italiano contribuirono a questa rinascita ma in una scala di merito il primato va all'industria automobilistica e al suo indotto, che propose agli italiani veicoli e automobili a prezzi e con qualità adatti alla nostra crescita, in diretta concorrenza con altre industrie estere equivalenti. La volontà di rinascita ebbe il suo vertice nella manifestazione di Torino, ricordiamo che il Salone dell'auto ebbe inizio a Torino all'inizio del 1900.

I tre francobolli emessi avevano caratteristiche comuni come il formato, la filigrana ruota alata, dentellatura, sistema rotocalcografico di stampa e la tariffa da 20 lire per lettere ordinarie di primo porto. Il francobollo per la Fiera di Milano presenta la fontana delle quattro stagioni e l'ingresso della Fiera; quello per Torino riporta un'auto del Salone e un pennone con le bandiere dei paesi partecipanti; per la Fiera di Bari il francobollo riporta una caravella, emblema della manifestazione tra un faro e la Cattedrale di San Nicola e un paese orientale.







Anche il ritorno a quella cultura, che aveva fatto grande l'Italia dei secoli precedenti, doveva ricominciare a permeare tutti, dopo un periodo oscuro in cui l'industria, la scienza e l'arte avevano subito l'ira della guerra e l'indifferenza del quotidiano. Le Poste Italiane emisero tre francobolli commemorativi per Alessandro Rossi e Gaetano Marzotto (11 settembre) che nel tessile avevano avviato un settore industriale in grado, dopo la guerra, di lanciare il "Made in Italy" nel mondo.







Il fisico Augusto Righi (16 settembre) che aveva approfondito gli studi sulle radiotrasmissioni e il bicentenario della fondazione dell'Accademia delle Belle Arti di Venezia (16 settembre) al fine di rivendicare la vocazione turistico-culturale dell'Italia.

Anche una Conferenza Europea sul Tabacco tenutasi a Roma il 13 settembre, centrata sull'interesse scientifico circa il miglioramento della qualità delle piantagioni e delle miscele dei tabacchi, aveva affrontato le problematiche dell'organizzazione dei

Monopoli di Stato per la produzione e distribuzione di un prodotto agricolo che rendeva molto. I tre francobolli da 5, 20 e 55 lire in rotocalcografia a due colori offrono per la prima volta sul francobollo italiano un distacco cromatico molto elegante dei disegni delle piante da tabacco.



Con la Conferenza Generale dell'UNESCO tenutasi a Firenze il giovane Governo repubblicano mise in moto ogni possibile strumento per far conoscere agli italiani la partecipazione italiana alle vicende internazionali legate all' Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) e dimostrare l'interesse per il rientro delle nostre forze politiche, sociali, culturali scientifiche e militari nel contesto delle potenze mondiali. Il 22 maggio vennero emessi, per la Conferenza UNESCO due francobolli uno da 20 lire e l'altro da 55 lire per l'estero, raffiguranti Palazzo Pitti a Firenze e il Perseo del Cellini.





E poi ancora per un incontro internazionale tenutosi a Firenze nell'ambito delle Conferenze Internazionali per cercare di regolamentare le trasmissioni radio, così come avvenne circa un secolo prima per le comunicazioni epistolari, le Poste emisero il 15 luglio 1950 due esemplari da 20 e 55 lire raffiguranti la torre del Palazzo della Signoria a Firenze e il monumento a Cristoforo Colombo a Rapallo e sullo sfondo una antenna radio. L'occasione permise di ricordare le figure dei fisici italiani Augusto Righi e Guglielmo Marconi che con i loro studi avviarono lo sviluppo tecnologico nel campo delle trasmissioni delle onde elettromagnetiche.



Le emissioni di francobolli del 1950 si chiusero con la serie ordinaria "Italia al Lavoro" costituita da 19 francobolli, emessi il 20 ottobre 1950 e messi fuori uso il 31 marzo 1958, vennero tutti disegnati dal poliedrico artista Corrado Mezzana che già per il concorso del 1945 aveva proposto alcuni di questi soggetti per la serie "Democratica" che vennero comunque respinti per il loro carattere regionalistico ritenuto pericoloso in un momento così delicato per l'Unità nazionale. Una serie ordinaria è costituita da carte-valori senza limite prefissato di tiratura e sono di valore facciale tali da coprire tutte le tariffe in vigore, normalmente sono destinate a rimanere in corso diversi anni.



La serie illustra i mestieri più diffusi nelle Regioni riportate in un piccolo cartiglio in basso insieme ai valori da 0,5 a 200 lire.

Il Ministro delle Poste Angelo Raffaele Jervolino scrisse che la serie organica del 1950 più che glorificare il lavoro italiano nelle sue grandi imprese industriali, commerciali e agricole, si proponeva di esprimere il volto della Penisola "attraverso manifestazioni minori di quelle attività artigiane che sono così legate alle tradizioni".

Amata e criticata è indubbio che la serie "Italia al Lavoro" ha coinciso con il rinnovamento nel costume e nella filatelia italiana. Quei 19 francobolli rappresentarono un'innovazione tanto da un punto di vista tecnologico, grazie a più moderni metodi di stampa dei valori, quanto dal punto di vista estetico in quanto curata da

un unico artista presentava un aspetto unitario che era mancato alla serie "Democratica" del 1945. La serie del 1950 suscitò notevole interesse nel grande pubblico favorendo la diffusione della filatelia non solo tra chi la considerava perfetta cronista, ma anche fra quelli che cominciavano ad apprezzarne le doti in quanto arte "minore". Anche questi cambiamenti di gusto avrebbero posto, di lì a poco, una delle premesse per il boom economico e filatelico di un'Italia che stava rapidamente cambiando.

Il 1951 vide un incremento delle manifestazioni industriali come quella ricordata il 12 aprile 1951, in occasione del 33° Salone dell'Auto di Torino, con un francobollo da 20 lire riportante una auto del Salone, la mole Antonelliana e sullo sfondo una ruota dentata. Per la 29° Fiera di Milano vennero emessi due esemplari, uno da 20 lire per la manifestazione del volo verticale e l'altro da 55 lire con il padiglione PP.TT. alla Fiera e sullo sfondo la Madonnina in un alone di luce







Il 26 aprile per l'Esposizione Internazionale della Moda a Torino venne emesso un esemplare da 20 lire con soggetto una statua muliebre che simboleggia la moda, la spola e la Mole Antonelliana.







Il 23 luglio per la 9° Triennale di Milano vennero emessi due esemplari da 20 e 55 lire raffiguranti antichi recipienti stilizzati.

Il sud rispose con la 15° Fiera del Levante di Bari, ricordata da un esemplare da 25 lire raffigurante una caravella, emblema della manifestazione, fra i due emisferi.







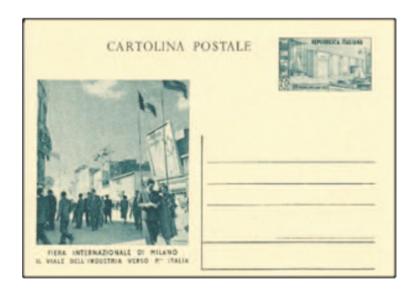
Il 31 ottobre per il 3° Censimento industriale e commerciale insieme con il 9° Censimento Generale della popolazione vennero emessi due francobolli, uno da 10 lire riportante la testa di mercurio e l'altro da 25 lire riportante il bassorilievo romano conservato a Louvre.

Le emissioni del 1952 si aprirono il 12 aprile per commemorare la 30° Fiera di Milano con un francobollo da 60 lire raffigurante il padiglione della motonautica, mentre il 7 giugno venne emesso un esemplare da 25 lire che riporta il simbolo del lavoro italiano nel mondo, che fu il manifesto della Mostra d'Oltremare e del lavoro italiano nel mondo tenutasi a Napoli.





Nel 1952 si avviarono le emissioni di cartoline postali, in occasione di Fiere e Mostre. Il 12 aprile 1952 per la 30° Fiera di Milano una cartolina postale riportava stampato il francobollo da 20 lire e il tassello della manifestazione.



Il 14 giugno per la Biennale di Venezia venne emesso un francobollo da 25 lire riportante la parte superiore di una delle due colonne della "Piazzetta" di S. Marco a Venezia; mentre il 19 giugno, in occasione della 30° Fiera di Padova venne emesso un francobollo da 25 lire riportante l'emblema della Fiera e uno scorcio della Basilica di S. Antonio, patrono di Padova.





Il 5 settembre per la 16° Fiera del Levante di Bari un francobollo da 25 lire riportava l'ingresso della Fiera e una caravella stilizzata emblema della manifestazione; mentre il 29 settembre per la 1° Conferenza di Diritto Aeronautico Privato (ICAO) venne emesso un esemplare da 60 lire riportante un quadrimotore ad elica davanti al Colosseo, nello sfondo pennoni con bandiere.





Le emissioni del 1953 si aprono con il grande richiamo di popolo e industriali per la 20° Corsa automobilistica delle Mille Miglia, ricordata il 24 aprile 1953 con un francobollo da 25 lire riportante tre vetture in corsa; mentre il 30 aprile venne emesso un francobollo da 25 lire per sottolineare il ruolo degli Ordini cavallereschi al Merito del Lavoro con una allegoria dove in basso a sinistra troviamo la Croce di Cavaliere del Lavoro e a destra la Stella al merito del lavoro.





Tra il 1953 e 1954 venne emessa la nuova serie ordinaria di 11 valori detta della "Italia Turrita" o Siracusana, in sostituzione della "Italia al Lavoro" alcuni di quegli esemplari rimasero in corso fino al 1988.



L'Esposizione Internazionale dell'Agricoltura svoltasi a Roma venne sottolineata dall'emissione di due francobolli da 25 e 60 lire raffiguranti la statua di Tyche la (Dea della Fortuna) del III sec. a.C.

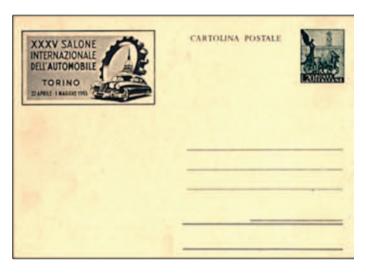


A chiusura dell'anno, il 31 dicembre del 1953, venne emessa la prima serie turistica italiana, che ancora oggi vede almeno una emissione all'anno. È il riconoscimento di un settore produttivo che può rappresentare un vanto nazionale per le tante bellezze del nostro paese.



I sei esemplari da 10 a 60 lire riportavano le città di: Siena, Rapallo, Gardone, Cortina, Taormina, Capri.

Nel 1953 si ebbe il maggior numero di cartoline postali emesse in occasione di manifestazioni nazionali. L'8 aprile furono emesse le cartoline per il 35° Salone dell'Automobile di Torino e le due cartoline per la 31° Fiera Campionaria Internazionale di Milano, tutte riportavano stampata la "Quadriga e il Campidoglio" in verde con un valore da 20 lire e un tassello celebrativo.





Il 15 giugno 1953 vennero emesse due cartoline in occasione della 8° Fiera del Mediterraneo a Palermo con la stampa del francobollo da 20 lire verde, iniziativa ripetuta anche il 22 maggio 1954 per la 9° Fiera del Mediterraneo di Palermo con una cartolina da 20 lire, entrambe le cartoline riportavano i tasselli celebrativi della Fiera.



Il 15 giugno 1953 in occasione della 31° Fiera di Padova, e il 22 maggio 1954 per la 32° Fiera di Padova, vennero emesse due cartoline, entrambe con la stampa del valore da 20 lire verde della serie Siracusana del 1953.



Le emissioni del 1954 si aprirono ricordando l'inizio regolare del Servizio Televisivo Nazionale. Il 25 febbraio del 1954 vennero emessi due esemplari da 25 e 60 lire raffiguranti una antenna televisiva e un apparecchio ricevitore. È una nuova modernità di fornire le notizie e programmi che ora sono accompagnate dalle immagini. I programmi offerti dagli studi di Torino, Milano e Roma raggiungevano oltre 20 milioni di utenti cioè il 43% dell'intera popolazione. Le famiglie degli stabili si riunivano e i bar erano sempre pieni nelle serate dei grandi appuntamenti televisivi.





Un paese in cui i redditi non salgono per tutti, è necessario propagandare una corretta denuncia del reddito. Il 20 marzo del 1954 venne emesso un esemplare da 25 lire per la Propaganda per la denuncia del reddito che riporta l'Italia turrita e la prima parte dell'articolo 53 della Costituzione. Per l'occasione venne emessa una cartolina postale riportante lo stesso esemplare di colore verde avorio e tariffa da 20 lire.





La Propaganda venne riportata anche il 15 marzo del 1955 con un esemplare che esplicita la semplice richiesta: "la nazione attende una fedele dichiarazione dei tuoi redditi".



Il 15 maggio 1954 in occasione della Mostra d'Oltremare, a Napoli vennero emesse due cartoline postali con la stampa del valore da 20 lire verde e 35 lire rosso del tipo Siracusana. I tasselli di colori imitanti quelli del francobollo riportavano una etichetta con Esposizione Internazionale della Navigazione maggio-ottobre 1954 Mostra d'Oltremare. Ancora una volta una manifestazione internazionale in Italia pubblicizzata con carte valori.



Il 6 settembre in occasione del 60° anniversario del Touring Club Italiano, un sodalizio da tanti anni presente nella promozione del turismo, venne emesso un esemplare con l'emblema del CTI. Con i suoi seicentomila iscritti aveva, con magnifiche pubblicazioni, potenziato il turismo nei siti più belli d'Italia.



Nel 1955 avvenne il cambio della carta filigranata per i francobolli, si passava dalla "ruota alata" al tappeto di "stelle" (di almeno 4 tipi). Con questa carta sono stampati 7 esemplari della serie "Italia al Lavoro" e 17 esemplari della serie "Italia Turrita".

Si entra nella Presidenza di Giovanni Gronchi e nel settore dello sviluppo economico troviamo i due francobolli emessi il 6 giugno per sottolineare il 4° Congresso Mondiale del Petrolio tenutosi a Roma dal 6 al 15 giugno 1955. I due valori riportavano per il 25 lire una torre di trivellazione e un acquedotto romano e per il 60 lire colonne corinzie e torri di trivellazione sul globo terrestre.





Il 15 ottobre venne emesso un esemplare per le Celebrazioni centenarie dell'istruzione professionale. Un argomento attuale ancora oggi. Il francobollo da 25 lire ritrae uno studente alla lavagna e strumenti professionali.



Il 3 novembre per il Cinquantenario dell'Istituto Internazionale di Agricoltura e per il 10° Anniversario della FAO furono emessi due francobolli, uno da 25 lire riproducente la statua della "mietitrice", mentre il 60 lire riportava il palazzo della FAO a Roma e un gruppo marmoreo dell'Ara Pacis Augustea a Roma.





Il 1956 apre le emissioni il 2 giugno in occasione dei 10 anni della Repubblica. I 4 francobolli da 10, 25, 60 e 80 lire emessi riportano lo stemma della repubblica e una allegoria del lavoro italiano che inizia a raccoglie i risultati di un impegno popolare mai visto nel nostro paese.









Il 15 settembre l'Italia e altri 6 paesi europei emettono per la prima volta una serie di francobolli per l'EUROPA UNITA con un soggetto unico, una allegoria della costruzione europea.





Questa serie sarà emessa tutti gli anni fino al 1980, suggellando un impegno comune degli Stati europei in tutti i settori dello sviluppo economico e civile dei paesi.

Il 22 settembre in occasione del Congresso Astronautico Europeo tenutosi a Roma venne emesso un francobollo da 25 lire raffigurante il globo terracqueo, il firmamento e un satellite artificiale, si inizia a pensare alla funzione dei satelliti realizzati dall'uomo per le future radiotrasmissioni.

E il globo è ancora protagonista di una serie di due francobolli del 29 dicembre, emessi per celebrare l'Ammissione dell'Italia all' ONU. I due valori riportano due proiezioni del globo terracqueo, una rossa e una verde, che se osservate con occhiali anaglifici, si fondono in una visione stereoscopica.





Il 1° febbraio 1958 venne ricordata la realizzazione degli impianti idroelettrici del Flumendosa Mulargia così importanti per la Regione Sarda. L'esemplare da 25 lire riportava una donna sarda, una carta dell'isola e sullo sfondo la diga.

Il 12 giugno per l'Esposizione Universale e Internazionale di Bruxelles venne emesso un francobollo da 60 lire riproducente una strada romana e l'emblema dell'Esposizione.





Due eventi che indicano la necessità di divulgare il lavoro locale e internazionale del nostro paese. In conseguenza dello sviluppo economico del paese, riconosciuto nel mondo, Roma potrà ospitare le 17° Olimpiadi del 1960 e, come è prassi, un anno prima nel 1959 venne emessa la serie che preannuncia l'evento.











I 5 francobolli di particolare effetto, da 15, 25, 35, 60 e 110 lire riportavano rispettivamente la fontana di Castore e Polluce, la torre del Campidoglio, le terme di Caracalla, l'Arco di Costantino e la Basilica di Massenzio.

l 20 luglio per il 40° Anniversario dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro vennero emessi due francobolli da 25 e 60 lire riproducenti il monumento ai lavoratori sito a Ginevra e il palazzo, sede dell'Organizzazione.



Il 1960 vide l'emissione della serie olimpica a testimoniare il forte investimento per una manifestazione che ancora mancava al paese.



I 9 francobolli della serie olimpica del 25 giugno avevano i valori di 5, 10, 15, 25, 35, 60, 110, 150 e 200 lire e riportano rispettivamente: la Lupa romana, Stadio Olimpico, statua di Console romano, velodromo olimpico, discobolo di Mirone, Palazzo dello sport, pugile in riposo di Apollonius, Palazzo dello sport e Apoxiomenos di Lisippo.

Le emissioni del 1961 si aprirono con la nuova serie ordinaria la così detta "Michelangiolesca" in quanto riproducente 19 immagini della Cappella Sistina di Michelangelo Buonarroti.

Ma l'evento dell'anno per quanto riguarda l'attività economica commerciale italiana, promossa dai viaggi dei capi di Stato in altri paesi, vide l'emissione della serie di francobolli per il viaggio del Presidente Giovanni Gronchi in sud America avviato il 6 aprile. I 3 francobolli da 175, 180 e 205 lire raffiguravano un aereo in

volo su una mappa del mondo in cui erano evidenziati lo Stato italiano e quello degli Stati visitati, rispettivamente: l'Argentina, l'Uruguay e il Perù. L'errore nella riproduzione dei confini del Perù, sull'esemplare da 205 lire rosa lilla, comportò la rapida emissione di un esemplare corretto da 205 lire di colore grigio violetto per sostituire quello di colore lilla rosa, generando così l'euforia popolare nella ricerca del "Gronchi rosa". L'evento contribuì ad accelerare la "bolla filatelica" con il risultato che al piacevole collezionismo filatelico si aggiunse l'idea dell'investimento e il fattore economico assunse una importante rilevanza, con tutte le conseguenze che questo status comportò. Il secondo elemento che caratterizzò quel periodo fu l'incenerimento dello "stock ministeriale" nel 1967, che ricorda la riserva di francobolli fuori corso conservata per tanti anni dal Ministero delle Poste e delle Telecomunicazioni, che costituiva una pesante concorrenza dello Stato nel settore commerciale della filatelia. Nel 1962, ritornando agli eventi nazionali, il 30° anniversario dell'istituzione della Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia fu ricordato con l'emissione di due francobolli da 30 e 70 lire raffiguranti un occhio umano e il leone di S. Marco, in entrambi una grande spirale concentrica simboleggiante il nastro cinematografico. L'industria del cinema continuava a produrre opere di alto valore che ottenevano significativi riconoscimenti a livello mondiale.



Il 21 agosto del 1963 in occasione della Conferenza delle Nazioni Unite sul Turismo vennero emessi due esemplari da 15 e 70 lire con soggetto un'autostrada che unisce il globo terracqueo e una colonna corinzia romana. Dopo l'emissione di sei francobolli del 1953 sul turismo questa serie riconosce la necessità di potenziare ulteriormente questa risorsa del paese.





E sempre sul turismo il 28 maggio del 1966 venne emesso un esemplare da 20 lire riproducente monumenti e tempi italiani inseriti nel profilo di un capitello corinzio. Il 23 ottobre 1967 per l'Anno Internazionale del Turismo vennero emessi due valori da 20 e 50 lire con emblema creato dall'ONU per questa celebrazione.







Nel 1967 si assiste al potenziamento del servizio postale con l'adozione del codice di avviamento postale (CAP). È finalmente il compimento di un progetto pensato all'indomani di Roma Capitale (1871) con Decreto 2 febbraio 1887 che voleva educare la popolazione per un servizio più celere e che venne abbandonato, nel 1967 il progetto è portato a termine e il 1° luglio sono emessi due esemplari da 20 e 40 lire raffiguranti una cartolina postale dove è esaltato il CAP. Lo stesso soggetto sarà adottato nel 1968 con due esemplari da 25 e 50 lire.





Per la 50° Fiera Internazionale di Milano del 1972 non poteva mancare una serie di tre esemplari, emessi il 14 aprile, da 25, 50 e 90 lire raffiguranti astratte visioni stilizzate del Duomo di Milano.







Il 23 luglio 1974 per la propaganda per l'industria del turismo furono emessi due esemplari da 40 lire raffiguranti Gradara e Portofino. Con una inquadratura simile sono state emesse ogni anno serie di francobolli propagandistici fino al 1992. Nel 1997 questa inquadratura fu adottata anche per l'emissione "Europa Unita". La serie turistica ha poi visto aumentare il numero di

esemplari emessi per anno e a partire dal 1993 l'inquadratura e il formato sono stati modificati e ancora oggi ogni anno sono emessi francobolli "turistici".





Il 28 maggio 1975 fu emesso un francobollo per testimoniare le imprese spaziali italiane e sottolineare anche lo sviluppo del settore industriale spaziale italiano.



A conclusione di questa sintetica rassegna di francobolli, pensati per propagandare e promuovere lo sviluppo economico del nostro paese, vorrei sottolineare come questa produzione si ridusse fortemente con gli anni '70. Poi nel 1980 fino al 1988 vennero emessi francobolli per rimarcare il "Lavoro Italiano nel Mondo" un campo molto importante che rappresentò uno dei risultati del grande sforzo del paese nell'ambito della moderna in-

dustrializzazione. La prima serie di due esemplari, del 20 maggio 1980, da 220 lire riportano i particolari dei templi di Philae, sezionati e ricostruiti al di sopra del livello del bacino della diga di Assuan. La serie presentava una piccola bandella che riportava la dicitura: Recupero dei Templi di Philae in Egitto. L'opera iniziata il 1°dicembre 1974 richiese cinque anni di lavoro ed è ancora oggi riconosciuta tra le imprese più grandi realizzate dall'uomo.



Ma i tempi cambiano e il francobollo è stato e continua a essere in ogni paese al mondo un messaggero puntuale dei cambiamenti sociali, basterebbe dare uno sguardo alle attuali emissioni per rendersi conto come oggi sia fortemente cresciuta una propaganda per consumi individuali rispetto a quella finalizzata allo sviluppo collettivo dell'economia nazionale.

# Il "Gronchi rosa" e lo "stock ministeriale" due casi di cronaca filatelica durante il periodo del miracolo economico

La commemorazione filatelica del viaggio del presidente Giovanni Gronchi del 1961 in America del sud ebbe, per lo stesso Presidente, due precedenti, nel 1956 per la visita negli Stati Uniti ed in Canada con il francobollo di posta aerea soprastampato con tariffa da 120 lire e poi nel 1958 con un francobollo da 175 lire raffigurante la carta del Brasile con il palazzo del Congresso di Brasilia e a destra l'Arco di Tito a Roma.





Per la visita del Presidente Gronchi del 1961 in America del sud: vennero emessi 3 francobolli in colore uniforme da lire: 170 azzurro, 185 verde grigio e 205 lilla rosa; raffiguravano una mappa del mondo in cui erano evidenziati lo Stato italiano e quello dello Stato visitato, rispettivamente: l'Argentina, l'Uruguay e il Perù. Ma per il Perù fu necessaria l'emissione in un ulteriore francobollo da 205 lire di colore grigio viola al fine di correggere l'errore dei confini di quella nazione riportato sull'esemplare rosa da 205 lire e che aveva sollevato una forte protesta diplomatica che avrebbe portato all'annullamento di un viaggio così ricco di incontri finalizzati a importanti accordi commerciali.

Può essere interessante riportare una sintesi degli avvenimenti di quei quattro giorni, dal 3 aprile giorno di emissione di tre valori, al 6 aprile giorno di partenza del Presidente, con la emissione dell'esemplare grigio da 205 lire che permise di adottare una modalità unica al mondo per correggere l'errore sul 205 lire rosa, oggi ben conosciuto come il "Gronchi rosa".



Per questo francobollo rosa possiamo subito dire che:

- fu emesso 3 giorni prima la sua validità postale; - non è il francobollo più raro d'Italia, ma rimase in corso per un solo giorno;
- è l'unico caso al mondo di un francobollo emesso, ritirato dalla vendita e ricoperto su buste già affrancate;
- i Gronchi rosa sfuggiti alla copertura e viaggiati costituiscono l'ultima grande rarità che la comunicazione scritta abbia prodotto;

- la sua storia contribuì fortemente al boom della filatelia che coinvolse molti italiani che, sotto l'azione della speculazione, iniziarono a investire anche su serie di alta tiratura, pensate come bene rifugio.

Ma veniamo alla cronaca di quei giorni partendo da quel lunedì 3 aprile, giorno di Pasquetta e di emissione della serie di tre francobolli. Attorno alle 9 del mattino aprirono le varie Direzioni Provinciali delle Poste per mettere in vendita la nuova serie e annullare i francobolli con il timbro di primo giorno di emissione su buste non viaggiate.

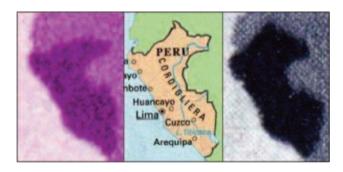


Comunque male interpretando le disposizioni sulla validità della serie, o forse per compiacenza nei confronti dei collezionisti, le Amministrazioni postali apposero il timbro filatelico del 3 aprile anche sulle buste viaggiate.



A leggere le cronache dell'epoca si può dire che l'affollamento fu in genere scarso e solo in alcune città si videro delle file, presto smaltite.

Questa serie fu emessa prima della partenza del Presidente per consentire l'affrancatura di lettere da far viaggiare con il volo presidenziale. Questo giustificò l'assenza di urgenza per annullare le buste. Ma nella sede dell'Ambasciata del Perù a Roma quella mattina del 3 aprile non trascorse tranquillamente. L'incaricato d'affari Alfonso Arias aveva mandato qualcuno a procurarsi la serie dei nuovi francobolli all'ufficio di piazza San Silvestro a Roma e con grande sorpresa aveva scoperto che proprio il Perù conteneva un grossolano errore di confine:



al Perù era stato tolto il cosiddetto "triangolo amazzonico", un territorio grande quanto il nostro lombardo veneto. Intanto si era scoperto che anche il francobollo da 170 lire conteneva un errore nei confini dell'Argentina, nella Tierra del Fuego. Ma in mancanza di una protesta diplomatica il 170 lire restò quello emesso.



Ma ritornando al 205 lire rosa, quel territorio amazzonico era stato oggetto di dispute e scontri militari dal 1700. Nonostante la Conferenza di Rio de Janeiro del 1942 avesse attribuito l'area al Perù, nel 1961 l'Ecuador ancora avanzava delle rivendicazioni utilizzando anche emissioni filateliche a suo favore.

Quella mattina del 3 aprile, dalla Ambasciata del Perù a Roma, partì una telefonata per il ministro degli Affari Esteri italiano, Antonio Segni, che esprimeva il grave disagio per quei confini.

Nella notte tra lunedì e martedì venne preparato un telegramma per tutte le Direzioni Provinciali per sospendere la vendita del francobollo da 205 lire dedicato al Perù. Il Telegiornale della sera non riportò la reale situazione.

Martedì 4 aprile, il pubblico sgomento (come riportato in figura) non trovò più il 205 lire rosa. Quello stesso giorno l'Istituto Poligrafico dello Stato accertò che era stata usata l'edizione del-



l'Atlante Geografico De Agostini del 1939. Alla riunione presso il Ministero delle Poste, presenti molti funzionari e tra questi il rag. Aldo Piermattei, un mio omonimo ma non parente, trovarono tra tante soluzioni, quella di far ristampare il francobollo dedicato al Perù con i confini corretti e di colore grigio.



Mercoledì 5 aprile, viene deciso di nascondere il francobollo sbagliato sulle buste pervenute a Roma per il volo presidenziale. A tarda sera il Poligrafico consegna i primi francobolli corretti al ragioniere Aldo Piermattei che li consegna all'ufficio di Roma-Centrale della Stazione Termini, per la copertura del francobollo sbagliato. Trenta impiegati avviarono in serata l'operazione su circa 10.000 aerogrammi, utilizzando l'annullo meccanico "ROMA FERROVIA 6 IV 1961" con targhetta del



volo, oppure l'annullo manuale circolare "ROMA FERROVIA REPARTO POSTA AEREA 6 4 61" e targhetta a parte.



Giovedì 6 aprile ore 8, i collezionisti alla posta centrale di Roma di San Silvestro trovano il 205 lire grigio e il rosa è venduto dai commercianti a 5000 - 7000 lire. In serata il Ministero delle Poste rispose di no ai commercianti che proponevano di rimettere in vendita il francobollo sbagliato, la cosa avrebbe fornito un importante introito per le casse dello Stato ma sarebbe stata una violazione del "principio di non tenere in circolazione documenti o rappresentazioni figurative errate".

Venerdì 7 aprile, pacchi di Gronchi rosa posti in una molazza furono ridotti in poltiglia e non inceneriti.

Nel maggio 1991, le Poste renderanno noto che gli aerogrammi ricoperti furono 9.887 con l'impiego di 10.160 francobolli da 205 lire grigi. Con ritardo arrivarono i dati sul numero dei Gronchi rosa forniti e venduti (79455) negli uffici provinciali e questo ritardo creò polemiche ed interpretazioni diverse che ancora oggi non trovano tutti concordi. Ritornando al superlavoro dei trenta addetti, reclutati per nascondere il francobollo sbagliato, si erano ottenute alcune coperture approssimate come quelle presenti in figura.



Tra le rare lettere con la mancata copertura del Gronchi rosa, quella riportata in questa figura, che probabilmente è l'unico documento postale con tutti e quattro gli esemplari annullati con timbro: primo giorno 6.4.1961 previsto per la corrispondenza del Gronchi rosa, viaggiata per TORINO come testimonia il timbro (a retro) di arrivo del' 8.4.1961.



Vorrei concludere questa breve cronistoria ricordando come Enrico Veschi, Direttore Generale delle Poste, diede la posizione ufficiale dello Stato sulla vicenda: "..il Gronchi rosa è un francobollo regolarmente emesso ma che non ha avuto validità postale".

Oggi tutti i Cataloghi italiani registrano il "Gronchi rosa" con un proprio numero progressivo sequenziale ma non sono invece concordi nel segnalare la data di emissione della serie: c'è chi indica il 3 aprile, chi il 3-6 aprile e chi il 6 aprile ciò a dimostrazione delle tante interpretazioni generate da quella emissione filatelica conosciuta in tutto il mondo.

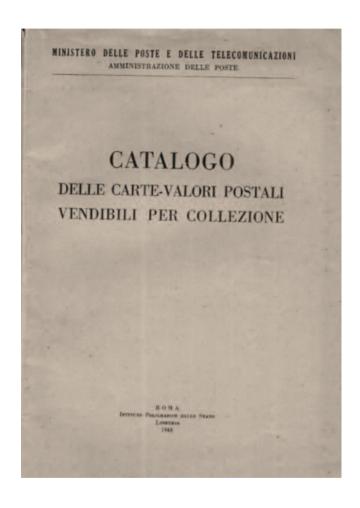
Dopo sette anni dal fatto di cronaca del "Gronchi rosa" un altro

evento destò la attenzione degli italiani, parliamo dell'incenerimento dello "stock ministeriale" che in filatelia intende ricordare la riserva di francobolli fuori corso conservata in tanti anni dal Ministero delle Poste e delle Telecomunicazioni.

Tutto era iniziato nel 1891, quando detto Ministero decise di far concorrenza ai commercianti aprendo un Reparto filatelico per la vendita di francobolli fuori corso (all'epoca i francobolli avevano una precisa data di scadenza). Successivamente venne istituito un "UFFICIO LIQUIDAZIONE FRANCOBOLLI FUORI CORSO" come riportato in questa busta del Ministero delle Poste e delle Telecomunicazioni:



Era stato stampato anche un CATALOGO delle carte-valori postali vendibili per collezione (con relativo listino prezzi, poco superiore al valore facciale) di cui si riporta la prima pagina di copertina del 1948:



Nel 1953 venne giudicato inopportuno che l'Amministrazione statale facesse commercio di francobolli di cui era scaduta la validità. L'allora Ministro Giuseppe Spataro decise di chiudere l'Ufficio filatelico statale e con un decreto ministeriale nel 1954 assicurò che entro un triennio le rimanenze sarebbero state liquidate. Le cose andarono diversamente.

Infatti allo scopo di mettere insieme i fondi necessari per edificare case destinate ai dipendenti postali, il Ministro Lorenzo Spallino, stimò in modo semplicistico, sulla base dei valori di catalogo, in circa 3 miliardi di lire il valore dello stock, non pensando che appena sul mercato il valore dei francobolli sarebbe sceso, e tanti saluti alle case.

Fallita l'iniziativa grazie all'unità dei commercianti il successivo Ministro Giovanni Spagnolli (filatelista), con la Legge n.1258/66, avvio l'incenerimento dello stock ministeriale.





Era tutto pronto, sacchi e scorta armata in quanto il furto di francobolli a Roma era un problema preoccupante. E finalmente i giorni 20, 21, 22, 23, 24 febbraio del 1967, a distanza dei 15 giorni dalla pubblicazione della Gazzetta, fu eseguito l'incenerimento. I furgoni partirono dalla sede dell'Ufficio ministeriale in Piazza Città Leonina n.5 per giungere in via dei Serpenti n. 55 dove si aprirono le porte dello inceneritore della Banca d'Italia.





Ma se da quei giorni il rispetto del Ministero verso la filatelia aveva avuto il suo convinto avvio, lo stesso Ministero iniziò a configurare gli sportelli filatelici ritagliandosi una fettina del mercato, quello che riguardava le emissioni italiane dell'anno in corso e di quello precedente, ma questo rappresenta ancora oggi per i collezionisti un utile servizio dello Stato per la filatelia.

## Il messaggio filatelico trova l'interesse di un ampio settore commerciale, nasceva il boom filatelico

Si è qui riportato come tante iniziative prese dallo Stato, finalizzate alla propaganda dello sviluppo economico, siano state accompagnate da una notevole produzione di emissioni filateliche di elevata qualità artistica. Quindi raccogliere quei francobolli fu per tanti una cosa spontanea e culturalmente positiva. Poi negli anni '50 e '70 del secolo passato, al dilettevole piacere del collezionismo filatelico si aggiunse l'idea dell'investimento ed il fattore economico assunse una rilevante importanza. Vi erano tutti i presupposti perché si potesse scatenare una euforia di massa inarrestabile come quelle che creano delle bolle destinate ad allargarsi per poi esplodere.

La prima segnalazione dell'avvio di una bolla filatelica si ebbe al Convegno di Roma del 28/31 gennaio 1966, la quale presentava non poche analogie con la bolla dei tulipani del 1637 in Olanda: considerata la prima grande crisi finanziaria innescata dall'utilizzo di strumenti finanziari con finalità speculative che coinvolse tutto il sistema economico europeo di quei tempi.



Ne è testimone il numero 4 del 18 febbraio della rivista Il Collezionista –Italia filatelica della Bolaffi (dall'inizio d'anno diventato quindicinale) uscito con un fascicoletto flash di otto pagine che apriva col l'inequivocabile titolo: "Roma: Qualunque francobollo a qualunque prezzo":



All'interno titoli come: "Avete qualcosa da vendere?".

La rivista Vie Nuove, per la penna di Dino Platone quantificò in un miliardo al giorno il giro d'affari del Convegno romano. Per certi versi era andata ancora meglio a Modena qualche settimana prima, con prezzi alle stelle e guadagni per tutti, adulti e bambini,

religiosi e militari. In questo clima euforico la rivista Filatelia Italiana riportò la storia di un rubicondo fattore investitore che al tavolo di un noto commerciante italiano, tolto dalla tasca destra dei calzoni un rotolo di banconote sotto un'enorme pezzuola tricolore, chiese 750.000 lire di francobolli, non importava quali, l'importante è che fossero francobolli.

Un'altra decisione di Poste che fotografava molto bene la situazione era quella delle tirature dei francobolli di nuova emissione, che l'Amministrazione postale aveva chiesto per rispondere alle richieste popolari di fogli interi. Della corsa al francobollo naturalmente trassero vantaggi, anche consistenti, i Paesi emittenti. Limitando lo sguardo a Italia, Vaticano e San Marino, parlano le tirature: 19.997.000 per il 15 lire italiano Giornata del Francobollo 1961; 5.579.800 per la celebrazione vaticana del Millennio della Polonia del 1966; 1.254.667 per il 300 lire sammarinese del 1967 col Crocifisso di Giotto danneggiato dall'alluvione di Firenze.







Sui giornali comparivano articoli sulla invasione e polverizzazione delle più recenti produzioni vaticane e sammarinesi. Con situazioni tra il comico e lo imbarazzo, come quella volta che una folla decisamente superiore alla norma premette contro un bancone vendita in Vaticano, tanto da farlo rovesciare spaventando e mettendo in fuga le suorine addette alla vendita.

Scorrendo le inserzioni pubblicitarie di quegli anni si potevano leggere messaggi del tipo: "Attenzione nell'impossibilità di fronteggiare le enormi richieste di Vaticano prevalentemente dei periodi di Pio XII e di Giovanni XXIII da parte di collezionisti, rivenditori, speculatori, rivenditori, siamo costretti a sospendere momentaneamente il settore Vaticano. Preghiamo coloro che disponessero di lotti del Vaticano da esitare, specie Pio XII e Giovanni XXIII, attualmente molto richiesti, di farcene immediata offerta con uno sconto logico sui più quotati cataloghi: Bolaffi, Sassone, D'Urso, eccetera. Attraverso il tradizionale Convegno filatelico di Firenze organizzato dal Circolo filatelico cittadino, nel maggio 1966 scoppiò la più grave bolla finanziaria legata alla filatelia. Il Collezionista - Italia Filatelica, divenuto settimanale col numero 12 incentrato, come anticipava la copertina, su una "Tavola rotonda sulla speculazione filatelica" e con le quotazioni dei francobolli di Repubblica significativamente sforbiciate.



Denunciando così il non reale rapporto fra prezzo di vendita e prezzo di acquisto dei francobolli della Repubblica. La qual cosa fece inviperire i non pochi presenti che strapparono platealmente il fascicolo subito dopo averlo acquistato.



L'incantesimo che era durato fin troppo, a breve giro di testate filateliche venne, come è facile immaginare, variamente commentato.

Il "boom" è parola straniera, come tutti sanno, che vuol dire nella sua stretta etimologia grosso rumore come di tuono, venne correttamente adottata da tanti giornali per indicare **un rapido movimento ascensionale dei prezzi** di un determinato settore merceologico come quello filatelico molto diffuso nel nostro paese ed altrove dove si assisteva alla riduzione dei redditi sugli investimenti tradizionali, immobiliari ed azionari.

La cosa destò l'entusiasmo di schiere di modeste persone, che

con una spesa ridotta poterono soddisfare la loro ambizione di detenere dei fogli interi di francobolli "i fogliaroli" apparentemente buoni ed in aumento di valutazione. Abbiamo visto scomparire in breve tempo serie tirate a milioni di esemplari, abbiamo visto file gigantesche, assalti agli sportelli degli uffici postali. Cose assurde, rese possibili solo dalla errata convinzione di poter guadagnare facilmente del danaro senza neanche curarsi di domandare a qualcuno che ne capisse.

Poi il termine "crack" ancora una parola straniera, l'ennesimo barbarismo assimilato dalla nostra lingua. È riportata dai giornali per intendere un rumore acuto ed improvviso, una spaccatura, una frattura. Posto in relazione con "boom", significa la fine di questo. Sotto questo ed altri titoli leggiamo allora di terremoti, di panico e di crisi.

La filatelia, però, è anche una cosa seria, così scrivevano quegli scrittori, giornalisti ed esperti di filatelia per invitare: "... a raccogliere francobolli per collezione, seriamente ed organicamente. Ragionate con la vostra testa, chiedete magari consiglio se volete, ma fatevi una vostra convinzione. Non seguite la corrente né in un senso né nell'altro e abbiate fiducia, la vostra collezione di francobolli non vi tradirà mai".

Dall'autunno 1965 i prezzi continuarono senza sosta a salire. Grazie alla solerte opera dei "sistemisti" della neo-speculazione filatelica. Il sistema era semplice e chiunque poteva, con il modesto investimento di una cifra variante tra il milione ed i 5 milioni dopo essersi giudiziosamente coperto con l'acquisto di un cospicuo numero di francobolli presi in oggetto - garantirsi una delle più facili e lucrose speculazioni che il mercato finanziario abbia mai conosciuto. Tali speculatori, una volta procuratosi un quan-

titativo sufficiente di francobolli, in ogni luogo di riunione filatelica si facevano solerti acquirenti del francobollo incettato, a prezzi sistematicamente superiori a quelli ufficiali.

Fu quindi per iniziativa di un solerte "operatore milanese", il francobollo per la Fiera di Milano del 1952, passò dal settembre 1965 all' aprile 1966 da 5.000 lire a 30.000 lire; mentre un operatore di Roma contribuì a rivalutare, nello stesso periodo, il francobollo per l'Arte Tessile" del 1951 dalle 1.200 lire a 10.000 lire (tutti francobolli riportati nella prima parte di questo lavoro).

Fu così che interi blocchi di francobolli incettati vennero regolarmente ceduti a illusi investitori tratti in inganno finanziario dai rapidi aumenti di prezzo dei francobolli acquistati. D'altra parte la stampa filatelica non poteva sottrarsi per dovere giornalistico al compito di informare i propri lettori delle quotazioni raggiunte da tali francobolli.

Non sempre tuttavia l'acquirente di 'fogli a gogò' traeva, dalla sola constatazione dei continui aumenti dei francobolli della Repubblica, garanzie sufficienti di salvaguardia del capitale investito. Alle perplessità di taluni, gli speculatori supplirono rapidamente inventando la 'vendita con utile garantito'. Con tale sistema non solo si garantiva all'investitore

l'intero capitale speso, ma anche gli interessi sullo stesso; interessi che naturalmente venivano prospettati in misura tale da lasciare esterrefatto non solo il cassettista avvezzo alle remunerazioni a livello statale, ma anche il più avveduto finanziere. E ciò per dei francobolli la cui tiratura era sovente di parecchi milioni di esemplari.

Fu così che i prezzi del Mercato, erano pubblicati lo scopo di informare settimanalmente i collezionisti circa l'andamento del mercato.

Si giunse così che i prezzi di massimo boom raggiunti non trovavano più alcuna corrispondenza ogni qual volta i collezionisti decidevano di vendere la loro raccolta.

A conferma del generale interesse generato dai francobolli, scese in campo la Cassa di Risparmio di Roma, Servizio di Credito su pegno in piazza Monte di Pietà e presso l'Agenzia n. 5 in via Napoli 1-2, che avviò un servizio di anticipazione su pegno di valori filatelici, ammettendo così che i francobolli potevano essere assimilati a dei valori reali. La Cassa di Risparmio romana accettava in pegno francobolli nuovi d'Italia, Vaticano e San Marino, in quanto più facilmente valutabili e periziabili. La filatelia era uscita dall'alone di bizzarra mania per ragazzini e pensionati che l'aveva lungamente accompagnata, aveva assunto ormai la dignità di fattore economico di rilevante importanza. Insomma una banca che concede anticipi su francobolli equivale a dire che i francobolli non sono più pezzi di carta (non lo sono mai stati di fatto) bensì valori reali garantiti dalla diffusione del collezionismo.

Vorrei concludere ritornando a sottolineare il ruolo della stampa. Per lungo tempo il ruolo di testata leader nel campo dell'editoria specializzata è stato appannaggio de Il Collezionista - Italia Filatelica, della Bolaffi passata da una tiratura di 6.000 copie alle 8.000 del 1951 e dalle 22.200 del 1957 alle 45.250 del 1964, quando divenne quindicinale. Fu una rivista che insisteva sul collezionare i singoli francobolli e stare lontano dall'ammasso di fogli di francobolli colorati che possono soltanto schiacciare la filatelia.

Non pochi furono i **libri filatelici** pubblicati e secondo un'indagine condotta per conto dell'Unione stampa filatelica italiana, 49 quotidiani e 64 periodici ospitavano periodicamente rubriche filateliche.







La filatelia italiana era diventata un tema generale di grande attualità. Dal bilancio biennale della Robson Lowe di Londra, relativo agli anni 1964-65 gli italiani risultavano in testa nell'elenco degli acquirenti esteri. Funzionari della stessa azienda, nel corso dell'asta, che nel 1966 ebbe per sede la nave transatlantica Queen Mary ammisero che:





l'Italia era il paese che spendeva più denaro di ogni altro al mondo per l'acquisto di francobolli. Tra i partecipanti alla famosa asta del 1966 che ebbe per sede la nave transatlantica Queen Mary erano presenti in prima fila Giulio Bolaffi e Renato Mondolfo con le rispettive consorti.

\*Presidente dell'Associazione Filatelica Numismatica Italiana e Direttore della Rivista semestrale della stessa Associazione centenaria



#### Bibliografia

Atti del Convegno FILATELICO ROMANO 2018:

Il Collezionismo e l'investimento nella filatelia del secondo dopo guerra

Associazione Filatelica Numismatica Italiana e Polo culturale del Ministero dello Sviluppo Economico. 21 aprile 2018.

SASSONE. Catalogo completo dei francobolli d'Italia. 2022.

INTERITALIA. Manuale Catalogo Specializzato degli Interi Postali dell'Area Italiana. LASERINVEST 2022.

Sul sito AFI: www.afi-roma.it (link: la Filatelia in TV e Radio) sono riportati due filmati dei telegiornali dell'epoca

1961 Il Gronchi rosa

1967 Lo stock ministeriale

### LA NUMISMATICA

## di Carlo Pileri\*

Nata, di fatto, il 13 giugno 1946, data in cui il Re Umberto II lasciava l'Italia per l'esilio, a seguito dell'improvvisa assunzione delle funzioni di Capo dello Stato da parte dell'allora Presidente del Consiglio Alcide de Gasperi, la Repubblica, pur se tra sospetti, contestazioni e ricorsi, rappresentò una speranza di rinascita e, soprattutto, una cesura con il passato che aveva fatto precipitare il Paese nell'abisso della guerra. I primi anni, pur difficili per la pesantissima situazione economica e sociale determinata dal conflitto, videro però anche una fortissima volontà di ricostruire. Sopite, dopo il 1948, le passioni politiche più violente, assorbito il trauma per le non piccole porzioni di territorio nazionale cedute a Francia e Jugoslavia, a seguito del pesante Trattato di Pace del 1947 (che privò l'Italia anche delle sue Colonie africane), il 1 gennaio 1948 entrò in vigore la nuova Costituzione. Il Paese si schierava con il blocco occidentale, avviandosi verso un futuro che sembrava ricco di speranze.

Nel Dopoguerra ci fu un ampio dibattito "ideologico" tra chi voleva sostituire le vecchie lire con nuove banconote e chi chiedeva invece solo una sorta di "vidimazione" delle vecchie monete. L'obiettivo probabilmente era quello di tassare chi si era arricchito con il fascismo e che, per timbrare le banconote, avrebbe dovuto tirare fuori i biglietti tenuti nascosti e mai dichiarati al fisco. Tutto era pronto per il changeover: «Presso la Banca d'Italia è depositato un documento in cui è elaborato il piano tecnico per ritirare nella notte l'intera massa di banconote: si sarebbero usati i camion dell'esercito. Erano perfino state preparate le matrici, che furono anche rubate da due operai. Prevalse però l'anima liberale. Fu la saggezza della Banca d'Italia e, in particolare, di Luigi Einaudi ad opporsi all'abbandono della vecchia lira» così scrive l'economista Franco Spinelli.

Gli anni '50 e '60 come abbiamo visto nel capitolo sui consumatori nel periodo del boom economico, fecero avere all'Italia uno sviluppo economico esponenziale. L'economia, trascinata da una rapida industrializzazione, cambiò il volto del Paese. Importanti correnti migratorie, in gran parte provenienti dalle regioni meridionali ed insulari, determinarono lo spostamento di masse imponenti di popolazione verso le regioni settentrionali e verso la Capitale. Da ciò un notevole miglioramento degli standard di vita. Inoltre, la riforma agraria degli anni '50, il costante miglioramento dell'assistenza sociale e di quella sanitaria, garantirono una generale crescita del benessere. Terminata tale fase, alla fine degli anni '60 si avvertirono sempre più pesanti i sintomi di crisi. Al principio degli anni '70 la prima grande crisi petrolifera dimostrò quanto vulnerabile fosse l'economia del Paese. A ciò si aggiunsero gravi problemi di carattere sociale, che caratterizzarono soprattutto il mondo giovanile, con fenomeni estremi che degenerarono in forme, anche violente, di terrorismo sia di destra che di sinistra.

La numismatica 139

Tornando alla monetazione, va detto che il referendum popolare del 2 giugno 1946 aveva segnato la fine del Regno d'Italia e l'avvento della Repubblica, che fu proclamata ufficialmente il 18 giugno 1946. Primo Presidente Provvisorio della Repubblica venne eletto Enrico De Nicola e sotto il governo di Alcide De Gasperi il primo Parlamento liberamente eletto redige la nuova Costituzione, entrata in vigore il primo gennaio 1948. Il 6 settembre 1946 Enrico de Nicola, come capo provvisorio dello Stato, autorizza per decreto la Zecca di Stato ad emettere la prima serie di monete da 1, 2, 5 e 10 lire, firmata dall'artista Giuseppe Romagnoli e dall'incisore Pietro Giampaoli; le monete sono di materiale "italma" una lega composta da alluminio (62%), magnesio (35%) e manganese (3%) ed hanno corso legale dal 21 dicembre 1946 e terminano di averne tra il 1953 ed il 1954, come vedremo.

La prima Lira della Repubblica, la cosiddetta Lira "ARANCIA", che riporta il frutto simbolo delle nostre produzioni agricole più tipiche, fu coniata nel 1946 e circolò fino al 1950.



Le altre monete della prima serie della Lira repubblicana sono le 2 Lire SPIGA, le 5 Lire UVA e le 10 Lire OLIVO. Con il nome che viene dato alle monete sulla base delle immagini incise e che rappresentano i prodotti agricoli più simbolici delle nostre produzioni ma anche di quei prodotti alla base della alimentazione che vi derivano: il pane, il vino e l'olio



La numismatica 141

Nel 1951 si concludono gli studi per la seconda serie di monete della Repubblica italiana, sempre a firma di Giuseppe Romagnoli e con Pietro Giampaoli come incisore. Nello stesso anno vengono coniate le nuove monete da 1, 5 e 10 Lire che essendo state in vigore fino all'avvento dell'euro sono anche le monete più conosciute. La moneta da 1 Lira ha su una faccia una bilancia e sull'altra il numero uno e una cornucopia; la moneta da 5 Lire ha un timone e sull'altro lato un delfino; la moneta da 10 Lire le spighe di grano e sull'altra faccia una aratro.



La moneta da 2 Lire, che riporta su una faccia un'ape e sull'altra un rametto di ulivo, viene emessa in un secondo momento, ovvero solo nel 1953.



A causa dell'inflazione, nel 1959 viene deciso di sospendere la coniazione per la circolazione delle monete da 1 e 2 lire, che rimangono presenti solo nelle serie divisionali dedicate ai collezionisti.

Nel 1954 la Zecca conia le monete metalliche nei tagli da 50 lire e nel 1955 quelle da 100 lire, per sostituire i biglietti di carta di pari valore della Banca d'Italia che avevano circolato fino ad allora. Infatti nel 1951 la Banca d'Italia aveva realizzato per i valori da 50 e 100 Lire dei biglietti di carta e non monete. La banconota da 50 lire fu stampata nel 1951 e circolò appunto fino al 1954, era di colore verde, con la rappresentazione dell'Italia elmata sul retro.

.

La numismatica 143



Come per la banconota da 50 lire, si realizzò una sola versione, sempre nel 1951, fu stampata una banconota da 100 Lire, che si distingueva dalla banconota da 50 solamente per il colore rosato e il numero 100 riportato sulla banconota. Le 100 lire in banconota circolarono un anno in più rispetto alle 50 Lire, ovvero fino al 1955.



Quindi le monete metalliche nei tagli da 50 lire da 100 lire sostituirono dopo pochi anni i biglietti di carta. Il materiale con cui venne deciso di coniarle era l'acmonital, che è l'acronimo per "acciaio monetario italiano", lega composta da cromo, vanadio ed in La numismatica 145

parti maggiori da acciaio e nichel. I modelli dell'intera serie furono realizzati da Giuseppe Romagnoli. I soggetti scelti per la moneta da 50 Lire erano come di consueto di valore simbolico: la testa dell'Italia cinta di rametti di quercia, emblema di solidità e radici profonde e il Dio Vulcano sul retro, che forgia una lama d'aratro per ricordare il lavoro artigiano e industriale che opera per la prosperità del Paese.



Alcune monete da 50 lire del 1956 presentano un difetto di conio nella data dove il numero 1 del millesimo è assente. Questa moneta resterà invariata fino al 1988. Nel 1989 verranno infatti coniate monete da 50 lire di diametro ridotto. Sono una versione in scala ridotta ma identica per i soggetti rappresentati delle versioni del periodo precedente. La 50 lire, per le minute dimensioni, viene chiamata oltre al nome "vulcano", anche "semìno" o "micro", e non fu apprezzata dalla gente e venne ritirata cinque anni dopo.



Nel 1996 venne coniata una nuova versione della 50 lire che fu nominata Italia Turrita. Da un lato riportava il numero 50 circondato da una cornucopia e dall'altro c'era un volto di donna con delle torri sulla testa. Questa moneta, che aveva un diametro poco maggiore della seconda versione, era di materiale cupronichel, una lega di rame in cui il nichel è il principale elemento aggiunto.



Nel 1955 inizia la coniazione ufficiale delle 100 Lire. La moneta realizzata anch'essa in Acmonital (la nuova lega di acciaio e nichel), aveva un diametro di 27,8 millimetri, pesava 8 grammi e presentava un contorno rigato. I modelli dell'intera serie vennero realizzati da Giuseppe Romagnoli. Come soggetti vengono scelti una Testa di Italia cinta di Alloro simbolo di vittoria e sul retro una Minerva, Dea della sapienza.



La numismatica 147

Alcuni esemplari del 1972, presentano dopo la data incisa, un segno obliquo [/]. La prima moneta commemorativa da cento Lire, fu emessa solo nel 1974, manteneva le stesse caratteristiche tecniche della serie Minerva e fu dedicata al centenario della nascita di Guglielmo Marconi con sul recto un ritratto dello scienziato mentre la raffigurazione di Minerva è sostituita sull'altra faccia con un'antenna radio.



Fino ad allora monete celebrative erano state realizzate solo per le monete in argento da 500 lire come vedremo più avanti. Nel 1990 esce la moneta da 100 lire "mini" che, pur mantenendo gli stessi soggetti e le stesse legende della prima serie "Minerva", misurava solo 18,3 millimetri di diametro e pesava 3 grammi a causa del limitato potere di acquisto. Le sue piccole dimensioni la rendevano talmente scomoda che sarà coniata per soli tre anni e poi sostituita.



Nel 1993 furono coniate quindi le nuove 100 lire, cosiddette ITALIA TURRITA, in materiale Cupronichel di ventidue millimetri di diametro. Il dritto riproduce una raffigurazione di Italia Turrita circondata dall'iscrizione "REPVBBLICA ITALIANA". Al rovescio l'indicazione del valore tra rami di ulivo, un delfino, un gabbiano e una spiga, il millesimo ed il segno di zecca (R).



Durante la fase iniziale di produzione, il conio fu sostituito con uno nuovo a causa di una rottura. Il che non è solo un dettaglio tecnico, in quanto, dà alle Turrita del 93 piccole differenze con la "Testa leggermente più piccola". Nel 1995 viene coniata l'ultima moneta commemorativa da cento Lire italiana, dedicata al cinquantesimo anniversario della FAO. Il diritto rimane uguale alla precedente Italia Turrita, mentre il rovescio raffigura un globo stilizzato, il simbolo dell'organizzazione, le date "1945" e "1995" e l'indicazione del valore decorata da un ramo di ulivo.



Nel 1957 viene coniata la 20 lire, dorata, in materiale **bronzital**, o bronzo d'alluminio, composta da rame, alluminio e titanio. Coniazione sospesa dal 1959 e riprese dal 1969 con la modifica della composizione della lega, mediante la sostituzione del titanio di difficile lavorazione, con il nichelio.



La moneta firmata dall'autore Pietro Giampaoli, rappresenta una testa di donna ornata da spighe ed intorno la scritta REPUB-BLICA ITALIANA. Sul retro un ramo di quercia con 4 foglie ed una ghianda, con le scritte a sinistra il valore 20 lire e sotto il segno R della zecca di Roma, a destra l'anno di coniazione Le prime monete da 20 lire della Repubblica Italiana sono state coniate con un contorno rigato. Dal 1968 in poi la moneta è stata poi coniata con un contorno liscio. Anche i materiali utilizzati risultano essere differenti. Se per le prime dal 1956 al 1959 è stata utilizzata una lega composta da Bronzital e Nichelio, per quelle coniate dal 1968 al 2001 la lega utilizzata è composta da Bronzital e Magnesio.

Sempre nel 1957 viene emessa e la moneta da 500 lire in argento "Caravelle": Il dritto della moneta, di Pietro Giampaoli, capo incisore della Zecca, che modellò su una faccia del tondo un profilo di donna in stile rinascimentale, ispirato probabilmente a sua moglie Letizia Savonitto, circondato da stemmi di città e regioni italiane, mentre il rovescio, dello scultore Guido Veroi, raffigura le tre caravelle di Cristoforo Colombo.



Di questa particolare e bellissima moneta italiana parlerò più avanti in un capitolo specificatamente dedicato, meritando un discorso a parte per la sua fama e per la famosa questione con la variante delle vele rovesciate.

La seconda 500 in argento viene emessa nel 1961 per celebrare il 1° centenario dell'Unità d'Italia 1861-1961.



la terza nel 1965 per celebrare il 7° centenario della nascita di Dante.



L'aumento del prezzo dell'argento degli anni sessanta causa la tesaurizzazione di questa moneta che nel 1967 viene sospesa dalla circolazione.

Nel 1970 l'Italia emise una moneta in argento da 1.000 lire, commemorativa del centenario di Roma capitale d'Italia. Sul contorno presentava la scritta in rilievo REPUBBLICA ITALIANA.



Di monete da 1.000 lire commemorative in argento oltre a quella del 1970 ne sono state coniate diverse ma esclusivamente per il collezionismo numismatico, in argento 835/1000, hanno un diametro di 31,4 mm e pesano 14,6 grammi, sono formalmente a corso legale, ma mai entrate nella circolazione ordinaria.

## La 500 lire Caravelle

La moneta da 500 lire in argento che nasce da una idea del 1957 merita un discorso a sé. La moneta viene pensata nel momento di maggior crescita del sistema economico italiano; crescita favorita dalla rapida trasformazione dell'assetto economico del Paese, in particolare con lo spostamento della forza lavoro dall'agricoltura all'industria e che portò al passaggio da un'economia chiusa ad una più legata ai mercati europei, dove le esportazioni

divennero prevalenti, crescendo notevolmente anche grazie ai Trattati di Roma del 1957 sulla liberalizzazione dei mercati CEE. L'industria italiana divenne il settore trainante del paese, mentre l'agricoltura sensibilmente arretrava.

Alcuni indicatori possono bene evidenziare quello che fu chiamato il "miracolo economico". Il PIL, il prodotto interno lordo raggiunse in quegli anni la media del 6,3%, percentuale mai più dal nostro paese; inoltre, nel medesimo periodo, la produzione industriale risultò più che raddoppiata, con in testa l'industria metalmeccanica. Anche il reddito pro capite italiano quasi raddoppiò in un decennio, passando dai 577 dollari del 1952 ai 970 nel 1963 e la disoccupazione scese sotto il 3% nel 1962, raggiungendo quella che tecnicamente si dice "piena occupazione". In questo momento storico Giuseppe Medici, Ministro del Tesoro dal 16 febbraio del 1956 al 1 luglio 1958, sotto i governi Segni e Zoli, volle fortemente una nuova moneta metallica da aggiungere a quelle già circolanti, di alto valore nominale ed in metallo prezioso, quale simbolo della ritrovata stabilità della lira. (oggi quelle 500 lire equivarrebbero a circa 7 euro che è anche l'effettivo valore numismatico di quella moneta). La 500 lire, coniata in argento con titolo di 835 millesimi, diametro di 29,5 millimetri e peso di 11 grammi; entrò in circolazione il 28 agosto 1958.





Per la circolazione dal 1958 al 1967 ne furono coniate 97.840.000 esemplari così suddivisi per anno di emissione:

1958: 24.240.000 1959: 19.360.000 1960: 24.080.000 1961: 6.560.000 1964: 4.880.000 1965: 3.120.000 1966: 13.120.000 1967: 2.480.000

Si comprende facilmente, anche per chi non è del settore, che il valore numismatico è basso, soprattutto se non sono in condizioni fior di conio, ovvero mai circolate.

La moneta è stata poi coniata solo per le serie per numismatici dal 1968 al 1970 per poi riprendere ininterrottamente nel 1980, fino all'uscita di scena della lira nel 2001, ed in alcuni anni anche nella versione fondo specchio. Ma la creazione e l'emissione della più bella moneta della Repubblica Italiana fu lunga e travagliata. Il progetto del Ministero, affidato come d'uso alla Zecca di Roma, fu preso in carico dal suo capo incisore dell'epoca, Pietro Giampaoli. Friulano, nato nel 1898 e spentosi a Roma, sua città di adozione nel centenario della nascita, fu il più grande incisore e medaglista italiano del dopoguerra e per lunghi anni, dal 1936 al 1963, capo incisore della zecca. Unitamente ad una eccezionale produzione medaglistica, suoi sono stati, insieme al Romagnoli, i conii di gran parte delle prime monete repubblicane. La storia di questa moneta si può ripercorrere visitando il Museo di Buja, città

natale dell'incisore (precisamente nacque a Urbignacco) nella provincia di Udine, ed il Museo della Zecca, dove ancora si conservano i progetti che hanno portato alla realizzazione di questo gioiello numismatico. Il primo museo conserva ed espone una donazione della famiglia Giampaoli dove spiccano i ritratti dedicati alla moglie dell'incisore, Letizia Savonitto, ed ai suoi cinque figli. Vi sono esposti anche alcuni modelli in gesso del grande incisore che aiutano a comprendere il percorso che ha portato alla nascita della famosa moneta. Il secondo, ubicato all'interno del palazzo del Ministero dell'Economia a Roma, in via XX Settembre, conserva, tra l'altro, una ampia serie di progetti tra cui alcuni relativi alla 500 lire. Per giungere alla realizzazione della moneta, l'autore produsse diverse monete di studio per verificare l'efficacia delle immagini, la compatibilità di queste con la produzione e con la lega metallica prevista.

Si trattò di una vera e propria progettazione tecnico-artistica. La moneta fu realizzata in qualche modo come può nascere un'altra opera d'arte, passando attraverso una fase sperimentale ed embrionale, senza l'utilizzo del computer. I progetti che portarono alla realizzazione, e che ora analizzeremo nel dettaglio, sono i documenti che ripercorrono le varie fasi del lavoro e le varie ipotesi messe in campo prima di giungere alla moneta definitiva. Giampaoli ricoprì con grande impegno il lavoro affidatogli e realizzò un gran numero di progetti, tutti a lui ascrivibili, anche nei casi in cui non è presente la sua firma, poichè è riconoscibile il suo inconfondibile stile. Questa grande quantità di materiale per essere letta correttamente deve essere ordinata, per quanto possibile, in ordine cronologico. Gli incroci dei coni dei dritti e dei rovesci delle varie prove confermano che il progetto è partito con certezza nel 1957 e che al momento del conferimento del lavoro ancora

non era chiaro quale dovesse essere il nominale della nuova moneta. Lo confermano i progetti dei "Fiorini" e soprattutto quello da "Lire 10000", non a caso realizzato in bronzo dorato. Ad inizio progetto si pensava genericamente ad una moneta o più monete in metallo prezioso; probabilmente una moneta in oro da 10.000 lire, una in argento da 500 lire, o entrambi i tipi. Il vero motivo di mettere in cantiere una nuova moneta non era legato ad una necessità della circolazione monetaria italiana bensì alla propaganda.

Esistevano storicamente tagli di banconote della Banca d'Italia che circolavano con efficacia e soddisfazione nel paese. Del resto, la moneta, sin dalla nascita, ha svolto oltre alla funzione di strumento nelle transazioni economiche anche quella di veicolare una serie di messaggi che l'autorità emittente desidera trasmettere. Le monete, oggetti durevoli, passando di mano in mano e raggiungendo anche paesi lontani, portano i loro "messaggi". Nel passato non recente, senza giornali né altri mass media, erano proprio le monete, osservate con attenzione da molte persone, il vettore ideale per la diffusione di messaggi politici. Quindi in questa logica, una nuova moneta coniata in metallo prezioso, per il ministro Medici, avrebbe dato all'Italia una nuova immagine, quella di un paese ormai ripresosi dopo la terribile guerra mondiale. con ritrovata stabilità monetaria e grande sviluppo economico. L'idea di realizzare una moneta in oro, non trovò il necessario consenso politico e si proseguì quindi nel progetto di una moneta d'argento. Giampaoli iniziò il suo percorso per la nuova moneta partendo dallo stile consueto delle monete già in corso per giungere ad una moneta completamente diversa, che definirei nuova, seppure nella sua classicità. L'incisore per il dritto, che doveva raffigurare l'Italia, era partito da differenti teste femminili per arrivare infine ad un

busto. Infine il busto dell'Italia in stile rinascimentale con sotto in cartiglio GIAMPAOLI e nel giro 19 stemmi visibili e due seminascosti ai lati del busto. Quest'ultimo modello, dove Giampaoli per il profilo della donna rinascimentale si era ispirato a sua moglie, Letizia Savonitto, viene selezionato come definitivo per essere poi trasposto, con alcune piccole modifiche, nella moneta di prova. L'elaborata rappresentazione degli stemmi delle regioni o dei relativi capoluoghi ha subito nei diversi progetti varie modifiche di realizzazione e di seguenza. In guesto modello sono raffigurati da sinistra a destra: Genova, Torino, Aosta, Milano, Trento, Venezia, Trieste ed Udine, Bologna, Firenze, Ancona, Perugia, Roma, L'Aquila, Napoli, Bari, Potenza, Catanzaro, Sicilia, Cagliari. Nel perfezionamento del modello, il Giampaoli lavorò molto sugli stemmi che presentavano inizialmente due differenze sostanziali rispetto a quello finale: era stato scelto erroneamente per Milano il biscione visconteo al posto della croce ed inizialmente l'arma di Trento e Udine era stata dedicata al solo stemma della seconda città.

Più travagliata la scelta del rovescio passata attraverso due figure stanti, fiori ed infine le caravelle. Il modello delle tre caravelle di Cristoforo Colombo nasce accoppiato con il penultimo tipo dei progetti del dritto, quello della testa femminile con capelli raccolti a retina e nel giro 19 stemmi delle regioni e delle città italiane. Raffigurava tre caravelle, con le bandierine controvento e sotto il valore LIRE 10.000 in due righe, ancora sotto un giglio; in cerchio REPVBBLICA ITALIANA, in basso R del segno di zecca a sinistra, verso destra, tre lettere: P.G.I. Le tre caravelle riappaiono nel secondo modello, questa volta tra le onde. Nel campo in alto R ed a destra 1957, sotto il valore L.500, in cerchio REPVBBLICA

ITALIANA accoppiato con il ritratto rinascimentale definitivo del dritto. Infine nel terzo modello, apparso in un'asta pubblica, le stesse caravelle si presentano leggermente modificate, il segno di zecca R è stato spostato in basso e manca la data. L'ultimo modello del dritto, con leggere modifiche nel ricamo della veste del busto femminile e nell'ordine e nella nitidezza degli stemmi, accoppiato con l'ultimo modello di rovescio modificato con l'aggiunta della scritta PROVA, nella nitidezza delle caravelle e nella leggenda divenne la tradizionale coniazione approntata prima dell'emissione ufficiale per la normale circolazione. In realtà conosciamo un tipo intermedio di "prova", un esemplare recentemente apparso in due vendite all'asta, che si distingue dal definitivo per piccole differenze in particolare dei caratteri della leggenda. In questo stesso periodo - siamo alla fine del 1957 - si stava concludendo la legislatura ed il ministro, forse anche per fini elettorali, ritenne particolarmente significativo consegnare a tutti i parlamentari che erano giunti a fine del loro mandato questa moneta "prova", che fu coniata tempestivamente in circa mille esemplari. In realtà, un'indagine della Guardia di Finanza del 2000 non trovò conferma di questa tiratura, tra l'altro non indicata in nessun documento, ma accertò che in realtà la moneta fu battuta in più di 2200 esemplari.

Il diritto della moneta raffigurava un busto di donna di tipo rinascimentale, contornata da 19 stemmi visibili e 2 coperti dal busto, relativi alle regioni italiane o ai loro capoluoghi. Gli stemmi, dopo il modello finale, apparivano nuovamente variati nella sequenza: partendo dal basso a sinistra, Genova, Torino, Aosta, Milano, Trento, Venezia, Trieste ed Udine, Bologna, Firenze, Ancona, Perugia, Roma, L'Aquila, Bari, Potenza, Catanzaro,

Napoli (questi ultimi quattro risultavano nel modello finale nell'ordine: Napoli, Bari, Potenza, Catanzaro), Sicilia, Cagliari.

Era stato ipotizzato da alcuni studiosi che uno dei due stemmi coperti identifichi la regione Molise o la città di Campobasso, cosa altamente improbabile poiché quest'ultima regione fu costituita soltanto nel 1963. La presenza dei due stemmi muti è voluta dall'autore per motivi estetici. In basso, in un cartiglio il cognome dell'autore "Giampaoli".

Al rovescio, la moneta presenta al centro tre caravelle con nel giro REPVBBLICA ITALIANA. In basso, il valore della moneta L.500 con sotto il segno di zecca R mentre sempre in basso, a sinistra, la scritta PROVA. L'anno di coniazione risulta nel bordo in rilievo, opera di Imerio Gnagni, dove è indicato REPUBBLICA ITALIANA, 1957 e due gruppi di 3 stellette a destra e sinistra della data. Di argento di 835 millesimi, diametro di circa 29,5 millimetri, pesava 11 grammi.

La moneta, oggettivamente bella, fu un grande successo e della sua presentazione se ne parlò su tutti i giornali; i giudizi sulla sua bellezza furono unanimi, ma il successo fu offuscato il 10 dicembre dalla polemica innescata da un capitano di Marina, Giusco di Calabria, che segnalò che le bandiere, presenti sugli alberi maestri delle tre caravelle, erano disposte controvento, cioè sventolavano a sinistra. Prima dell'emissione della moneta si approfondì seriamente la questione. Si analizzarono le stampe marinare e le pitture antiche, ma le bandiere risultavano disposte in tutte le direzioni. Fu quindi necessario consultare gli esperti della navigazione a vela per avere un parere scientifico definitivo.

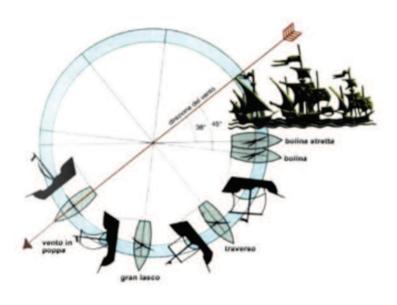


Immagine tratta dalla pubblicazione di Umberto Moruzzi Numismatico

Ma anche i pareri degli esperti furono divergenti ed alcuni dicevano che era possibile avere le bandiere in quella disposizione quando si navigava con il vento a bolina. Questa versione fu confermata anche da una lettera del Genio Navale, pubblicata dal quotidiano "Il Tempo" il 19 dicembre, che dichiarava che si poteva navigare anche controvento con le vele in tutta la loro ampiezza così come figuravano nella prova della moneta. Si meditò a lungo su questi pareri ed infine, visto che la coniazione della moneta per la circolazione non era ancora iniziata, si decise di capovolgere le bandiere ponendole quindi nel senso della navigazione di "gran lasco", dando così un aspetto più credibile ed evitando ulteriori polemiche. Finalmente si arrivò alla moneta definitiva che, ri-

spetto alla precedente prova, nel dritto presentava una maggiore nitidezza degli stemmi con il ritorno alla sequenza del modello finale: Napoli, Bari, Potenza, Catanzaro e sensibili modifiche nel rovescio, dove le bandiere erano finalmente "a vento".





Variò anche per la presenza, tra le onde, a sinistra della scritta VEROI ad indicare il nome dell'incisore. Muta nel rovescio anche la fattura della leggenda, indubbiamente realizzata da un'altra "mano". A provare che fosse proprio lui, Guido Veroi, l'autore del rovescio della più bella moneta del dopoguerra, lui stesso dichiarò, quale laureato in ingegneria delle costruzioni marittime, che la disposizione delle navi era assolutamente regolare e che quindi non aveva commesso alcun errore nella prima realizzazione delle bandiere; del resto Cristoforo Colombo, navigatore esperto, poteva navigare anche di bolina. Infatti, proprio il giornale di bordo testimoniava che, durante il lungo viaggio, l'esperto navigatore genovese dovette necessariamente navigare anche di bolina: «Mi fu assai conveniente questo vento contrario, ne fu rincuorata la mia gente che pensava non spirassero in questi mari venti per tornare in Spagna...».

Scrive Umberto Moruzzi nel suo trattato "Per tutta una serie di ragioni, ritengo però che Guido Veroi non sia il vero autore del rovescio

della 500 lire, che fu ideato e realizzato dallo stesso Pietro Giampaoli, chiaramente con esclusione del conio definitivo a lui commissionato per correggerne le bandiere. Una prima ragione è indubbiamente lo stile, che rientra in quello neoclassico di Giampaoli da contrapporre a quello moderno e personale del Veroi. A testimonianza di ciò, basta vedere le differenze sostanziali nella leggenda della prova, certamente del Giampaoli, dalla moneta di circolazione realizzata dal Veroi."





Questo chiaramente non sminuisce minimamente le capacità artistiche dell'incisore romano ma è proprio il suo inconfondibile stile a negare la paternità di questo rovescio. La medaglista Velia Johnson disse del Veroi: "Ha un posto di primo piano nella storia della moneta e della medaglia moderna: l'unità dello stile, la forza di un modellatore nervoso, gli effetti secchi del cesello, l'eleganza impeccabile della composizione, un gusto personalissimo e raffinato, sono le sue più importanti caratteristiche".

Nella successiva moneta da 500 lire, da lui realizzata per commemorare il centenario dell'unità d'Italia, si vede un'Italia su una quadriga senza sfoggi militari che si protendeva in avanti, offrendo un ramoscello d'ulivo.



Una realizzazione bellissima, ma comunque differente dalle caravelle di Giampaoli. Normalmente in una moneta italiana, quando è realizzata da più autori, vengono indicati tutti, cosa che non è accaduta nella moneta "prova", dove compare esclusivamente il nome di Giampaoli; quello di Veroi, nascosto tra le onde, è presente soltanto nella moneta definitiva, come si vede nella immagine qui sotto (dallo Studio di Umberto Moruzzi sulle 500 Lire Caravelle).



Prima della versione prova, quindi, sarebbero stati predisposti altri due modelli con le tre caravelle con le bandierine controvento, uno per il tipo da lire 10.000, senza le onde del mare, accoppiato con il penultimo modello del dritto, ed uno da 500 Lire, con data e segno di zecca nel campo in alto e diversa leggenda nel cerchio.

Sempre nel modello delle 10.000 Lire, nel rovescio, nella leggenda nel giro, in basso è indicato oltre al piccolo segno di zecca R, la minuscola sigla P.G.I. che altro non significa che Pietro Giampaoli Incisore. Una prova di per sé definitiva.

È stata trovata anche una medaglia che ulteriormente comprova che l'idea ed il progetto del rovescio delle tre caravelle sia stato in realtà di Pietro Giampaoli. Si tratta di una piccola medaglia realizzata dall'incisore per commemorare la Regina Elisabetta II, probabilmente in occasione della sua visita al Palazzo di Vetro delle Nazioni Unite a New York. E siamo sempre nel 1957. La medaglia, battuta su un piccolo tondello in acmonital, una lega di ferro cromo e nichel, presenta al dritto il busto coronato della Regina Elisabetta a sinistra, con una leggenda in doppio cerchio: ME-MENTO DOMINE ET OSTENDE TE NOBIS IN TEMPORE TRIBVLATIONIS ET DA MIHI FIDVCIAM IN BRACHIO TVO O REX REGVM ET DOMINE; sotto il collo I. PAVLVS e FORO JVLIENSIS. E al rovescio una caravella navigante tra le onde verso destra in un cielo stellato con le vele spiegate e la bandiera sul pennone centrale controvento, in basso la data 1957 (peso di g. 6,32 e diametro di mm. 26,70, FDC, unico esemplare conosciuto). Certissimo è l'autore di guesta medaglia e con l'analisi di questa è impossibile non attribuire a Pietro Giampaoli l'intera idea e la prima rappresentazione della 500 lire "Caravelle".

L'affascinante vicenda legata alle bandiere ebbe comunque il merito di attirare l'attenzione del grande pubblico sulla moneta considerata ancora oggi la più bella tra quelle emesse dalla Repubblica Italiana, ma ha distolto la riflessione su chi ne fosse il vero autore. La moneta secondo Umberto Moruzzi sarebbe tutta opera di Pietro Giampaoli, mentre Guido Veroi non poteva definirsi autore, ma soltanto il mero incisore ed esecutore del rovescio definitivo di un progetto e di un modello non suo, che ha firmato per una serie di circostanze, tuttora da appurare.

## LE BANCONOTE ITALIANE DEL DOPOGUERRA

Dei biglietti da 50 e 100 lire che precedettero le monete in acmonital di pari valore abbiamo detto. Ma un discorso a parte meritano gli altri tagli di banconote che dal 1950 ai primi anni settanta hanno circolato in Italia perché qui forse è ancora più evidente l'evoluzione economica del Paese ma anche la crescita dell'inflazione e la modifica del peso che ogni banconota avrebbe avuto nel portafoglio degli italiani. Si pensi che la valuta italiana dopo la guerra fu vittima di una pesante inflazione, e a causa della perdita sul potere di acquisto, si decise di emettere le banconote da 5.000 e 10.000 lire, mentre si scelse di togliere le monete in centesimi. Si calcola infatti che tra il 1938 e il 1964, la lira abbia perso cento volte il suo potere di acquisto. All'inizio degli anni sessanta le banconote in circolazione, tutte create nell'immediato dopoguerra, cominciavano ormai a mostrare i segni del tempo, specie sotto il profilo della sicurezza. La scala dei tagli disponibili risultava di nuovo insufficiente per le mutate necessità del Paese, imponendone un incremento verso l'alto. A causa dell'aumento dei prezzi tra il 1938 e il 1964 il valore della lira si era, infatti, ridotto di circa cento volte. La Banca d'Italia affidò a Fiorenzo Masino Bessi l'incarico di realizzare una nuova serie di biglietti con la quale, secondo quanto riferito in una relazione dell'8 aprile 1960, si voleva esaltare "il genio italiano nelle sue multiformi manifestazioni". Per i tagli da 1.000, 5.000 e 10.000 mila Lire furono

proposti, in principio, i ritratti di Verdi, Raffaello (poi sostituito da Cristoforo Colombo) e Michelangelo; per un taglio, di valore superiore alle 10.000 lire, si pensò a Leonardo, in quanto "precursore della ricerca scientifica e delle conquiste della tecnica moderna". Per assicurare armonicità all'intera serie, Bessi curò anche la rielaborazione dei bozzetti dei biglietti da 5.000 e 10.000 lire, già predisposti dal disegnatore della Banca Lazzaro Lazzarini. Fu inoltre studiato un formato che tenesse conto "della necessità di conservarli in portafogli di misura normale, senza bisogno di piegarli, e della opportunità di adeguarne le dimensioni, per quanto possibile, a quelle adottate dagli altri Stati del Mercato Comune Europeo". Per la prima volta dopo la fine del secondo conflitto mondiale, cambiò anche il contrassegno di Stato. La vecchia "testina di Medusa" stampata tipograficamente venne sostituita con uno di nuovo tipo, stampato in calcografia, raffigurante un "leone alato di San Marco, ripreso dall'altorilievo esistente sulla facciata del palazzo ducale di Venezia e gli stemmi delle altre tre Repubbliche marinare, Pisa, Genova e Amalfi" (D.M. 23 febbraio 1971). Anche la numerazione tenne conto dell'evoluzione delle dimensioni dei biglietti. Mentre nei primi esemplari di grandi dimensioni le serie erano stampate ai due angoli opposti del biglietto e il numero progressivo negli altri due, nei nuovi biglietti la serie e il numero si fusero in un'unica espressione alfanumerica.

Al fine di contrastare con maggiore efficacia l'attività dei falsari, la Banca d'Italia decise di introdurre, sul finire degli anni '60, alcune novità nella produzione dei biglietti da 1.000 e 5.000 lire, tra cui il filo metallico di sicurezza, inserito nella carta filigranata. Agli inizi degli anni '70, la Banca d'Italia progettò e realizzò due banconote di valore intermedio, da 2 mila e da 20 mila lire, in modo da ampliare la scala dei tagli. Con le emissioni della seconda

metà degli anni '70 si intervenne invece sui tagli già in circolazione per realizzare un prodotto completamente rinnovato dal punto di vista estetico e che riducesse il rischio di contraffazioni. Le indagini condotte dalla Banca avevano infatti evidenziato che un'efficace difesa contro le falsificazioni dovesse basarsi non solo sul costante aggiornamento dei sistemi di stampa e sul perfezionamento delle tecniche di produzione della carta filigranata, ma anche su una maggiore attenzione del pubblico ai biglietti utilizzati. Per indurre i cittadini a guardare le banconote utilizzate, i ritratti di personaggi illustri, facilmente riconoscibili da tutti a prima vista, furono sostituiti con volti anonimi di pura invenzione del bozzettista o tratti da opere d'arte. Il lavoro fu affidato agli incisori della Banca Giovanni Pino e Guglielmo Savino. Una selezione di tre tagli delle serie Uomini Illustri: i geni della musica, della navigazione, dell'arte rilanciano negli anni del miracolo economico l'Italia pronta a ripartire con slancio, energia e fermento. Sono le 1.000 lire "tipo 1968" con Giuseppe Verdi e il teatro la Scala di Milano; le 5.000 lire "tipo 1971" con Cristoforo Colombo ritratto sullo sfondo di una carta geografica quattrocentesca e le tre caravelle; le 10.000 lire "tipo 1962" con Michelangelo e una veduta del Campidoglio. Nel 1966 entrano in circolazione le 500 Lire con la testa della ninfa Aretusa, il biglietto di Stato che sostituiva la moneta in argento dello stesso valore ormai tesaurizzata dagli italiani. Nei decenni successivi si tornerà agli Uomini Illustri con il protagonista del Barocco Bernini sulle 50.000 Lire "tipo 1984", e le 100.000 Lire nel restyling del 1994 dedicate al geniale Caravaggio.

La banconota da 500 lire presenta negli anni che ci interessano 3 versioni:. La prima, del 1947, fu stampata dall'Officina carte valori. Sul recto è rappresenta Cerere, ripresa dal dipinto di Raf-

faello "Venere, Giunone e Cerere". La donna come da tradizione ormai rappresenta allegoricamente l'Italia.



La seconda, del 1966 fu stampata invece dall'Istituto Poligrafico. Sul recto è rappresentata la testa della ninfa Aretusa con attorno delfini e serpenti.



La terza, del 1974, ha sul recto la testa alata di Mercurio al posto della ninfa della versione precedente.



La banconota da 1.000 Lire presenta anch'essa in questi anni 3 versioni. La prima, anche in questo caso del 1947, si distingue a sua volta in due versioni. Una prima versione in cui il contrassegno di Stato è la testina d'Italia, e un'altra in cui il contrassegno è la Medusa sul fronte, a sinistra, è riportata un'effigie con la testa dell'Italia ripresa dalle *Tre grazie* della Primavera di Sandro Botticelli.



La seconda, è del 1962, e ha sul recto Giuseppe Verdi; dal punto di vista decorativo questa versione risulta più povera; infatti, sono presenti solo ghirlande e bolli colorati, che lasciano grandi spazi bianchi. Francamente non l'ho personalmente mai apprezzata, e penso che non rappresenti adeguatamente la storia numismatica italiana sempre di grande valore estetico, artistico e allegorico.



La terza, del 1969, riprende l'idea di quella precedente, con il ritratto di Giuseppe Verdi però molto più realistico arricchito di particolari quali l'arpa e una veduta della Scala di Milano. Anche i colori scelti sono meno banali.



La banconota da 2.000 Lire venne emessa per la prima volta nel 1973. Con Galileo Galilei, e uno scorcio della Piazza dei Miracoli di Pisa, mentre sul verso c'è l'Osservatorio di Arcetri.



La banconota da 5.000 Lire presenta tre versioni. La prima, del 1947, in cui sul recto sono raffigurate le Repubbliche Marinare disegnate da Capranesi, mentre sul verso è raffigurata l'Italia laureata.



La seconda, del 1964, in cui è raffigurato Cristoforo Colombo, e sul verso è raffigurata una delle tre Caravelle, la Santa Maria.



La terza, del 1971, è molto simile a quella della versione precedente; cambia per i colori che sono più realistici e sul verso non compare solo la *Santa Maria*, bensì tutte e tre le caravelle accompagnate da un'ancora.



La banconota da 10.000 Lire presenta 4 versioni. La prima, del 1948, in cui sono raffigurate le Repubbliche marinare (Genova e Venezia) con allegorie disegnate da Capranesi, mentre sul verso è raffigurato Dante Alighieri.



La seconda, del 1962, in cui sul recto è rappresentato Michelangelo Buonarroti, e sul verso è riportata Piazza Campidoglio a Roma.



Nella terza, del 1976, è rappresentato il dipinto di Andrea del Castagno "Ritratto di uomo a mezzo busto", e sul verso è raffigurata parte dell'entrata della Chiesa del Gesù Nuovo di Napoli, accompagnata da pietre bugnate a diamante.



La banconota da 20.000 Lire fu emessa solamente una volta, nel 1975, e fu dedicata al pittore Tiziano Vecellio. Sul verso è raffigurata una riproduzione dell'Amor sacro e Amor profano, mentre sul recto è rappresentato il pittore stesso.



La banconota da 50.000 Lire presenta 2 versioni. La prima, del 1967, in cui è raffigurato Leonardo da Vinci insieme alla Sant'Anna disegnata dallo stesso artista.



Nella seconda, del 1977, con una soluzione grafica e stilistica sicuramente più moderna è raffigurato il volto di una donna, mentre sul verso sono riportate rappresentazioni architettoniche.



La banconota da 100.000 Lire presenta 2 versioni. La prima, del 1967, in cui è ritratto Alessandro Manzoni, e sul verso è riportato uno scorcio della città di Lecco, con riferimento al ramo del Lago di Como di cui parlano i Promessi Sposi.



La seconda, del 1978, presenta il profilo di una delle tre Grazie, riprese dalla Primavera di Sandro Botticelli, mentre sul verso è inserito un insieme di composizioni architettoniche.



LE ECCELLENZE ITALIANE CHE HANNO DETERMINATO IL BOOM ITA-LIANO RICORDATE OGGI NELLE MONETE IN EURO

Il BOOM economico e la crescita sociale dell'Italia che ha caratterizzato il nostro Paese tra i primi anni 50 ed i primi anni settanta, ha forgiato l'Italia e gli italiani come Paese moderno, laborioso e creativo. Prima di allora l'Italia era come abbiamo visto un Paese sostanzialmente agricolo con una industria in crescita ma non ancora spina dorsale dell'economia. Un Paese con un ceto medio impiegatizio, dove si risparmiava poco e si spendeva solo per vivere. Con la crescita degli anni sessanta, e l'ampliamento della classe operaia, la scoperta dei pagamenti rateali, l'apparizione sul mercato di elettrodomestici, automobili, televisori, scooter, abiti pronti, e con la genialità di alcuni imprenditori che

hanno investito su una scommessa e che hanno creato marchi che hanno rivoluzionato la moda e le comodità del vivere quotidiano, abbiamo potuto poi essere riconosciuti negli anni ottanta tra le sette potenze economiche mondiali. Sono anni ed imprenditori basilari per la nostra storia anche odierna. E la Zecca ha cominciato a ricordare alcuni di quei marchi che oggi ancora sono simbolo dell'Italia nel mondo.

Da alcuni anni i diversi paesi della zona Euro hanno iniziato a coniare monete da 5 euro non destinate alla circolazione, ma riservate a collezionisti curiosi e turisti in cerca di souvenir. Sono monete coniate in rame o in argento che vengono messe sul mercato a prezzi molto elevati, ed è un peccato perché essendo monete da indirizzare anche a appassionati o curiosi occasionali, dovrebbero partire da prezzi più ragionevoli anche per far avvicinare i giovani alla numismatica in modo non sporadico. Comunque detto questo, va aggiunto che l'Italia ha puntato a valorizzare le diverse eccellenze italiane dalla gastronomia agli artisti ai monumenti alle fontane. E per venire al nostro tema ha dedicato ogni anno una moneta da 5 euro d'argento ad un prodotto e ad una azienda tra quelle che hanno fatto scoppiare lo sviluppo, il BOOM.

La moneta da 5 euro "Eccellenze italiane" dedicata alla PIAG-GIO. La moneta detta "Vespa", riporta al dritto un ragazzo e una ragazza su un modello della Vespa colorato in tre diverse varianti, sullo sfondo il Colosseo, richiamando le immagini cult di Vacanze Romane, il film che fece innamorare gli americani di Roma. Sulla composizione campeggia la scritta "REPUBBLICA ITALIANA"; in basso, il nome dell'autore "COLANERI". Al rovescio c'è una composizione grafica del profilo e del fronte della Vespa. In alto,

il valore "5 EURO", la scritta "VESPA" nel caratteristico corsivo che ha contraddistinto il logo del più famoso scooter del mondo; a destra "R", identificativo della Zecca di Roma; in basso, nel campo di destra, l'anno di emissione "2019".





La moneta da 5 Euro 2020 della serie Eccellenze italiane dedicata alla OLIVETTI. La storica macchina da scrivere ideata da Olivetti nel 1950 è il tema scelto nel 2020 dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato per la coniazione di monete da 5 euro in argento della serie "Eccellenze Italiane". La moneta dedicata alla Lettera 22 è stata ideata da Annalisa Masini e rappresenta al dritto la celebre macchina da scrivere e al rovescio riporta la O del marchio Olivetti di colore rosso. È stata venduta dalla Zecca di Stato a partire dal 7 aprile 2020 in tre versioni: Verde, Bianca e Rossa come la bandiera italiana.

"Può l'industria darsi dei fini? Si trovano questi soltanto nell'indice dei profitti? Non vi è al di là del ritmo apparente qualcosa di più affascinante, una destinazione, una vocazione anche nella vita di una fabbrica?" (Adriano Olivetti -Discorso ai lavoratori per l'inaugurazione dello Stabilimento di Pozzuoli, 1955).



La moneta da 5 euro 2021 della serie Eccellenze italiane è dedicata alla NUTELLA. Era il 20 aprile del 1964, pioveva e il primo vasetto di Nutella usciva dalla fabbrica Ferrero di Alba. Comincia così una pagina di storia di eccellenza del Made in Italy e di un prodotto diventato simbolo di italianità nel mondo. Frutto della genialità di Michele Ferrero, Nutella nasce dall'unione di Nut, nocciola in inglese, ed ella, suffisso italiano dal suono dolce e positivo. Nel 2021 ricorreva il 75° anniversario della nascita dell'azienda Ferrero. Al diritto nel centro è riprodotto il tradizionale vasetto di NUTELLA. Nel giro, "REPUBBLICA ITALIANA". Al rovescio al centro, il più grande stabilimento italiano del Gruppo Ferrero: lo stabilimento di Alba dove l'azienda specializzata in prodotti dolciari fu fondata. A sinistra, il nome dell'autore, "A. MA-SINI"; a destra, l'anno di emissione "2021"; in esergo, il valore "5 EURO" e "R", identificativo della Zecca di Roma.





La moneta da 5 euro 2022 della Serie Eccellenze Italiane dedicata alle FIGURINE PANINI. Al dritto la rappresentazione di una figurina Panini con un campo di calcio su cui si evidenzia, al centro, un calciatore in rovesciata, col marchio caratteristico degli album Panini e di molti prodotti dell'azienda. In basso, a sinistra, un lembo rialzato della figurina scopre una texture in cui si alternano la scritta "PANINI" e il logo dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato. In alto, "REPUBBLICA ITALIANA"; in basso, a destra, "R", identificativo della Zecca di Roma, e la firma dell'autore "A. MASINI". Al rovescio una figurina Panini che presenta un campo di calcio su cui si stagliano il logo ufficiale "Panini", la data "2022", anno di emissione della moneta, la scritta "CALCIATORI" e il valore "5 EURO". In alto a destra, un lembo rialzato della figurina scopre la stessa texture rappresentata sul dritto della moneta.



Le monete 2022 della Serie Eccellenze italiane dedicate alla PI-RELLI. Questa moneta è dedicata al 150esimo anniversario della azienda Pirelli ed è stata emessa in tre versioni nel dritto riporta la pubblicità "Pneu PIRELLI" del 1914 di Stanley Charles Roowy, la pubblicità "PIRELLI-CINTURATO-Cintura della vostra sicurezza" del 1957 di Riccardo Manzi e con la rappresentazione di uno pneumatico PIRELLI montato su un'auto stilizzata. Nel rovescio è invece presente la prima fabbrica PIRELLI di Milano del 1872.

"La Collezione Numismatica del 2022 è innovativa nei temi e nelle tecniche di produzione, oltre che nelle modalità di comunicazione e commercializzazione. È un esempio di come le aziende pubbliche possono essere portatrici di grande innovazione, mentre curano obiettivi di interesse generale. Molti soggetti della collezione 2022 ricordano e celebrano protagonisti e progetti importanti per l'Italia e l'Europa." Così ha commentato il Direttore Generale del Tesoro, Alessandro Rivera, presentando con la Collezione Numismatica 2022 il trittico di monete celebrative in oro e argento, dedicate al 150° anniversario della fondazione della Pirelli. I soggetti riprodotti sulle tre monete con tecniche manuali e digitali e con inserti a colori, rappresentano le innovazioni dei prodotti e della comunicazione visiva dell'azienda nel tempo: un pneumatico che corre su un'auto stilizzata, le iconiche campagne pubblicitarie dei primi del Novecento e degli anni Sessanta, l'immagine della prima fabbrica, fondata nel 1872 da Giovanni Battista Pirelli in via Ponte Seveso, a Milano.

È stato emesso anche un francobollo dedicato all'azienda, nella serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico".



Credo che sia giusto concludere qui questa carrellata di ricordi degli anni del miracolo italiano, quel boom economico, ma anche demografico - ricordiamo che le persone nate in quegli anni vengono chiamate dai ragazzi di oggi proprio "BABY BOOMER" ovvero figli del boom – che ha modernizzato il Paese, lo ha unito, ha portato un benessere diffuso mai vissuto prima dagli italiani. E concluderlo con le monete che la Zecca ha dedicato a quegli anni è il più significativo riconoscimento che si può avere perché le monete immortalano nella storia.

## Bibliografia

Umberto Moruzzi: Il Segreto della 500 lire una storia italiana. Umberto Moruzzi si occupa di numismatica dal 1980, con particolare attenzione allo studio della monetazione antica; è uno dei maggiori esperti di monete italiane moderne e contemporanee. Dal 1980 al 1985 è stato iscritto alla Camera di Commercio per l'attività numismatica. Dal 1993 è socio dell'associazione N.I.P., Numismatici Italiani Professionisti, della quale è stato uno dei fondatori ed ha rivestito la carica di segretario negli anni 1999-2001. Dal 1992 al 1993 ha lavorato nella casa d'aste Moruzzi Arte Roma (M.A.R). Dal 1993 è membro esaminatore per la Numismatica e la Sfragistica presso la Commissione Esaminatrice della Camera di Commercio di Roma.

<sup>\*</sup>Portavoce nazionale di Konsumer Italia

AMM: AA.VV. - L'Arte della Medaglia e della Moneta nelle Opere della Zecca di Stato dal 1846, l'Oro dei Papi nella collezione numismatica di Vittorio Emanuele III di Savoia - Istituto Poligrafico e Zecca di Stato, Roma 1980

Unificato: AA.VV. – Monete Italia Regno e Repubblica San Marino Vaticano Cartamoneta d'Italia, X edizione 2013 – 2014 – Commercianti Italiani Filatelici s.r.l Editore, Milano 2013

Attardi: Giovanni Attardi, Giovanni Gaudenzi - Progetti, Saggi, Prove, Varianti, Errori, Curiosità nelle monete in lire della Repubblica Italiana (1946-2001) - Tevere Editore, Riccione 2013

Gigante: Fabio Gigante - Gigante 2015, Monete Italiane dal '700 ad oggi - Gigante Edizione Numismatiche, Varese 2015

Inasta 1: Inasta - Asta n° 18 - San Marino, 7 dicembre 2006

Inasta2: Inasta - Asta n° 25 - San Marino, 10 maggio 2008

Lamoneta.it: Lamoneta.it - Numismaica Italiana - Catalogo online

Luppino: Domenico Luppino - Prove Progetti e rarità numismatiche della monetazione italiana (dal secolo V al 2002) VIII Area geografica italiana Repubblica di San Marino, Stato della Città del Vaticano, Repubblica Italiana - Montenegro Edizioni Numismatiche, Torino 2014

Montenegro: Eupremio Montenegro - Montenegro 2015, 30º edizione - Montenegro Edizioni Numismatiche, Torino 2014

Nomisma: Nomisma - Asta n°41 – San Marino 8 e 9 maggio 2010

Pagani: Antonio Pagani, Monete Italiane dall'invasione napoleonica ai giorni nostri, Edizioni Mario Ratto, Milano 1982

Varesi: Clelio Varesi - Monete della Repubblica Italiana 1995 - Edizioni Numismatica Varesi Clelio, Pavia 1995

Francesca Vitale - Col vento in bolina - Sofà, Il Trimestrale dei Sensi dell'Arte n.10 - Guido Talarico Editore, Dicembre 2009

