

Centro italiano filatelia tematica

servizio stampa e comunicazione: Fabio Bonacina, telefono 335.66.72.973, e-mail fabio.bonacina@libero.it

Premio “Michele Picardi”, il 9 gennaio gli esiti

Verranno rivelati durante l'assemblea del Centro italiano filatelia tematica: si svolgerà, via Zoom, sabato alle ore 16. L'anticipazione sui programmi per il 2021

Roma (7 gennaio 2021) - Il Premio “Michele Picardi”? Questa volta riguarderà il miglior articolo tematico. La giuria già ha scelto e le decisioni verranno rivelate durante l'assemblea del Centro italiano filatelia tematica, prevista per il 9 gennaio alle ore 16 via Zoom (i dati di accesso possono essere richiesti alla e-mail pgugli@yahoo.com).

Sarà anche l'occasione per presentare il 2021 del Cift. Già sono stati definiti diversi impegni, come la **bibliografia tematica on-line**, evoluzione di quella cartacea realizzata nel 2001 dal socio Gianni Bertolini. “Il passaggio al digitale -spiega il presidente del Cift, Paolo Guglielminetti- non è solo una questione di costi; ci darà infatti maggiore visibilità e consentirà agli interessati ricerche più agili”.

Al via le **mostre virtuali**, che secondo le attese andranno oltre all'emergenza pandemica. “Lavoreremo insieme alla Collezionisti italiani di francobolli ordinari, con la quale dal settembre scorso stiamo proponendo le conferenze riunite sotto al nome «**I venerdì filatelici**»». L'obiettivo è un allestimento per tematica e classe aperta, che si aggiunge a quello rivolto alla storia postale e alla tradizionale, già concretizzato dal Cifo. Si pensa di introdurre delle significative novità, così da rendere questi eventi il più possibile interattivi: insieme proporremo alla Federazione fra le società filateliche italiane di considerarle esposizioni di qualificazione, in modo da permettere ai partecipanti di utilizzarne il giudizio come possibile accesso alle nazionali”.

Il 2021 è l'anno di **Dante Alighieri**, scomparso sette secoli fa. “Riprenderemo i percorsi già realizzati inerenti alla «Divina commedia» e li porteremo di nuovo sul territorio; già vi sono delle prenotazioni. Inoltre, pensiamo di ristampare il catalogo delle produzioni postali che citano il «Sommo poeta». E altre attività si aggiungeranno”.

Previsto, poi, un nuovo **progetto collettivo**: come i precedenti, consentirà di coinvolgere numerosi soci. Il soggetto individuato sarà “La mia regione”, così da raccontare con approccio omogeneo le caratteristiche storiche e geografiche delle venti aree con cui l'Italia è suddivisa.

Dal punto di vista editoriale è previsto un **nuovo quaderno**; questo verterà sull'utilizzo nelle collezioni tematiche degli oggetti filatelici considerati ai limiti.

“Insomma, impegni già ne abbiamo assunti; il confronto con i consoci di sabato, certamente, permetterà di arricchirlo e perfezionarlo. Ne siamo certi!”.

Il Cift oggi

Con i suoi 400 soci, rappresenta una tra le associazioni italiane del settore più importanti. A tutto tondo gli argomenti affrontati, anche se quelli preferiti sono storia, sport in genere (con particolare riguardo al calcio), musica, scienza, ecologia-ambiente, arte.

Pubblica il periodico “Notiziario tematico”, che ormai ha superato il numero 210.

L'iscrizione annuale costa 40,00 euro (20,00 per il primo anno), da versare sul conto corrente postale 22.57.95.02, intestato ad Alviero Batistini, via Tavanti 8, 50134 Firenze.

Ed ecco gli esiti, che ci ha comunicato Fabio Bonacina sabato 9 gennaio:

Premio "Michele Picardi" per il miglior articolo tematico.

I risultati sono stati rivelati poco fa durante l'assemblea del Centro italiano filatelia tematica

Dopo un finale serrato ha prevalso per una incollatura:

Giorgio Migliavacca, "Da Anzio a Roma tra errori e orrori", pubblicato da "Storie di posta", volume 20, novembre 2019

seguito a ruota da:

Giorgio Leandro, "Le fake news nella Seconda guerra mondiale", "Posta militare e storia postale", 151, ottobre 2019

e infine, un po' più, distaccato:

Valentino Vannelli, "Il difficile rapporto tra filatelia e fumetti in Italia", "Fumetto", 109, marzo 2019

Fabio Bonacina
servizi giornalistici

A seguire i tre articoli.

Documenti e documentazione per scrivere un'unica storia, talvolta cruenta



Dicembre 1943: una sala della Reggia di Caserta dove si trovava il quartier generale degli Alleati utilizzata dal comparto meteorologico; si notano gli sgabelli con cuscini dorati usati dai militari. La Reggia del Vanvitelli con le sue 1.200 stanze era stata in precedenza la sede del Collegio della Regia Aeronautica e poi quartier generale della divisione Herman Goering
(© WPL, Crown copyright)

Novembre 1943: manifesto da leggersi alle truppe firmato dal generale dell'Ottava Armata B. L. Montgomery in cui si sintetizza la situazione: i tedeschi occupano Roma e zone limitrofe; questo è il momento di spingere i tedeschi a nord, la Quinta Armata Americana ha quel compito; fin dallo sbarco in Sicilia il nemico è stato sbaragliato dalle migliori truppe e i tedeschi non gradiscono il trattamento; infatti i tedeschi sono nelle condizioni che noi volevamo. Ora infliggeremo ai tedeschi una batosta colossale.

EIGHTH ARMY

PERSONAL MESSAGE FROM THE ARMY COMMANDER

To be read out to all Troops

1. The Allies have conquered about one-third of ITALY since we invaded the country on 3rd September. But the Germans still hold the approaches to ROME, and that city itself.
2. The time has now come to drive the Germans north of ROME. The Eighth Army is not advancing on the direct ROME axis; it is the Fifth American Army which is on that line. But our help is vital if the Fifth Army is to secure ROME. And we will do our part in a manner worthy of the best traditions of the Eighth Army and the Desert Air Force.
3. The enemy has been outfought by better troops ever since we first landed in SICILY, and his men don't like what they are getting.
The Germans are in fact in the very condition in which we want them.
WE WILL NOW HIT THE GERMANS A COLOSSAL CRACK.
4. Good luck to you all. And good hunting as we go forward.

B. L. MONTGOMERY
General,
Eighth Army.

ITALY,
November, 1943.

LEGGERE LA STORIA IN MARGINE A UNA CELEBRAZIONE

DA ANZIO A ROMA TRA ERRORI E ORRORI

Giorgio Migliavacca AIFSP

Dio aiutaci, vieni tu stesso: non mandarci Gesù, questo non è un posto per bambini.

(preghiera bonacciona del sergente della mensa della Prima Divisione Corazzata, citata da Carlo D'Este)

La decisione d'attuare uno sbarco anfibio delle truppe alleate ad Anzio fu presa il 7 dicembre 1943 al Cairo in una conferenza alla quale presenziavano Winston Churchill e i generali Dwight D. Eisenhower, Harold Alexander e Henry Maitland Wilson. Con l'imminente trasferimento di Eisenhower in Inghilterra come supremo comandante delle truppe alleate in Europa e grande stratega dello sbarco in Normandia e Maitland Wilson come suo successore a Washington gli inglesi si trovarono avvantaggiati nella decisione finale. Il Luogotenente Generale statunitense Mark Clark, comandante della Quinta Armata, impegnata in una offensiva poco produttiva a Cassino, era per nulla compiaciuto dai piani inglesi che contemplavano uno sbarco ad Anzio congiuntamente a un attacco sul fronte terra. Secondo Clark una volta stabilita la testa di ponte con relativi rinforzi a tambur battente, i tedeschi si sarebbero trovati in serie difficoltà.

A Tunisi, il giorno di Natale, il piano venne ridiscusso alla presenza di un Churchill malato; dal canto suo Eisenhower pensava che la liberazione di Roma fosse una pia illusione. Il giorno dopo Churchill ricevette un telegramma da Roosevelt che si dichiarava favorevole allo sbarco. Al quartier generale della Quinta Armata, nel Palazzo Reale di Caserta, restavano una decina di giorni per una messa a punto di tutti i dettagli; purtroppo gli addetti non avevano l'esperienza necessaria e agirono più da burocrati che come strateghi militari.

Il 22 gennaio 1944, alle 2 del nuovo giorno, ebbe inizio l'Operazione Shingle con sbarchi ad Anzio ed a Nettuno di truppe anfibie anglo-americane per un totale di 36.000 uomini oltre ad armi, munizioni e una quantità colossale di scorte.

I tedeschi temevano la liberazione di Roma e lo sfacelo delle loro linee di comunicazione; peraltro avevano il massimo controllo delle montagne che si affacciano

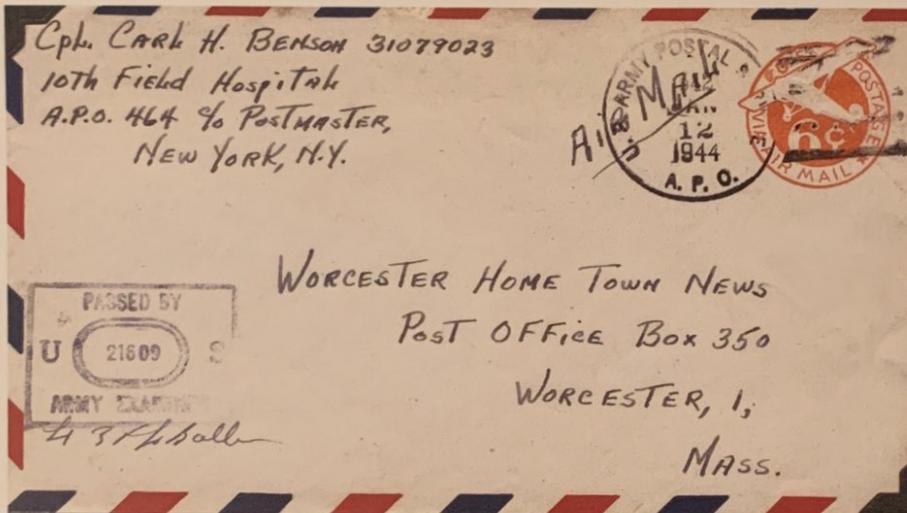
sulla Valle del Liri. Alla fine della guerra il generale tedesco Westphal scrisse che nei primi giorni dopo lo sbarco gli Alleati avrebbero potuto facilmente inviare un'avanguardia ed entrare nella Città Eterna. D'altra parte la presenza di truppe tedesche nelle vicinanze di



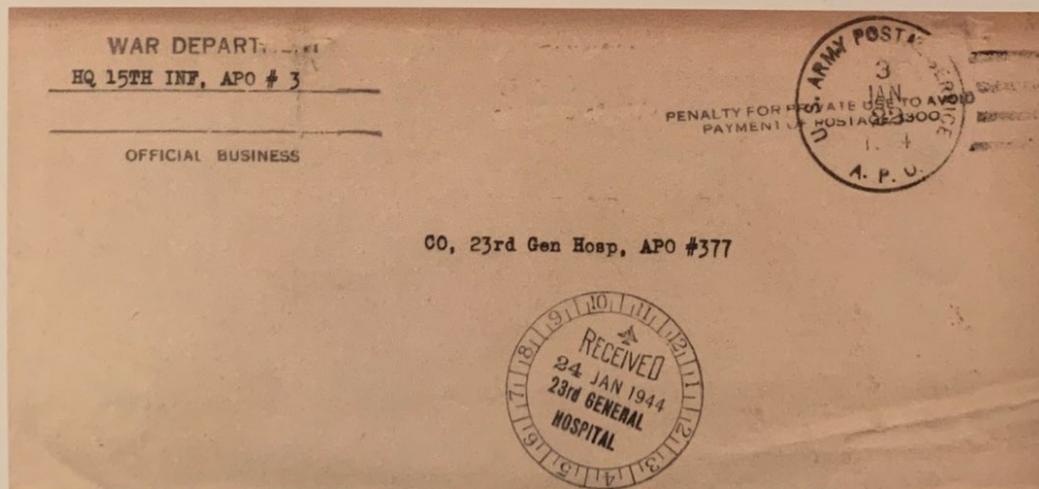
Ottobre 1943: il generale Mark Clark (a sinistra) e il generale Dwight Eisenhower [© Topical Press]

Una cronistoria postale della cruenta prima parte del 1944 con il violento e disastroso scontro fra Alleati e tedeschi nell'Italia centrale

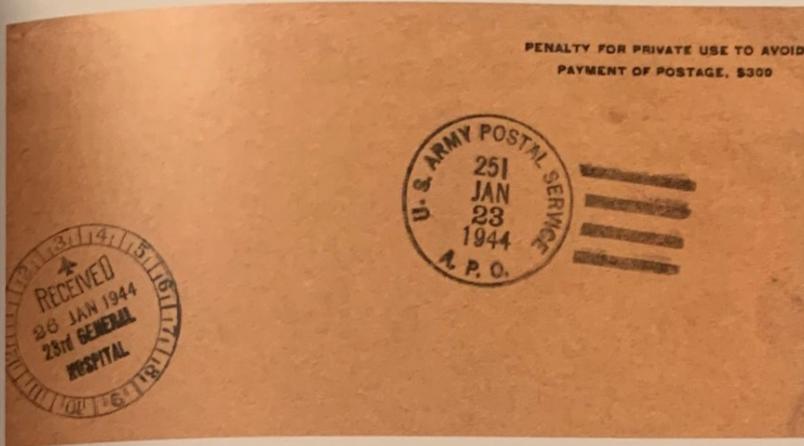
3 gennaio 1944,
truppe tedesche a Cassino:
Feldpost 14671



12 gennaio 1944, busta aerea dalla Reggia di Caserta il giorno in cui furono completati i piani per lo sbarco di Anzio; annullo dell'Army Post Office americano (APO) 542 dislocato a Caserta ma con indirizzo del mittente appoggiato all'APO 464 a Paestum (Salerno), concentrazione posta militare USA. Bollo di censura militare americana



22 gennaio 1944, il giorno dello sbarco di Anzio, sovraccoperta di plico con bollo dell'APO Americano 3 da mittente al quartier generale del Quindicesimo Reggimento Fanteria che aveva combattuto a Monte Lungo nel dicembre 1943. Dopo lo sbarco di Anzio la Terza Divisione dalla quale dipendeva questo Reggimento combatté i tedeschi per quattro settimane respingendoli a Ponte Rotto il 3 febbraio. Il 4 giugno il Reggimento fu trasferito a Roma ove rimase come riserva della Quinta Armata USA. Tra i veterani del Quindicesimo Fanteria nientemeno che Dwight Eisenhower, che nel 1940 era comandante del Primo Battaglione e dal 1924 al 1927 il generale George Marshall



23 gennaio 1944, secondo giorno ad Anzio, fascetta per documenti inoltrati dall'APO 251 della Prima Divisione Corazzata soprannominata "Old Ironsides" (Vecchi Fianchi di Ferro) comandata dal maggiore generale Ernest Harmon; prese parte alla "Operation Torch" del novembre 1942 che culminò con la resa dei tedeschi e degli italiani in Tunisia, 9-13 maggio 1943. La Prima Divisione Corazzata divenne poi parte della Quinta Armata sbarcando ad Anzio e seguendo i tedeschi in ritirata fino a metà luglio 1944 per poi continuare verso nord combattendoli in Val Padana finché si arresero, il 2 maggio 1945

Anzio era salita dai 20.000 uomini iniziali fino ai 40.000 del 25 gennaio; e dai Colli Albani adocchiavano Anzio. Le forze alleate avevano il mare alle spalle e i tedeschi di fronte: una trappola micidiale. Alla fine di gennaio il tentativo di sfondamento della linea tedesca falliva miseramente, con due battaglioni dei Ranger americani spazzati via come se nulla fosse.

Dopo il successo della sorpresa iniziale le cose andarono di male in peggio per gli Alleati; Hitler e Kesselring avevano ordinato di incastrare gli Alleati ad Anzio. Intanto il totale delle truppe alleate alla testa di ponte di Anzio aumentavano a 110.000 uomini. Dall'autunno del 1943 Kesselring aveva bloccato le truppe del Generale Alexander a Cassino sventando così la liberazione di Roma e seminando al tempo stesso discordia tra gli Alleati.

Carlo D'Este ha descritto Anzio come una saga di coraggio, opportunità perdute, strategie incasinate e malaccorte percezioni dei suoi artefici: "ne conseguì l'inevitabile fiasco che occorre quando gli obiettivi politici hanno la precedenza sulla saggia prassi militare".

Gli attori principali del dramma come abbiamo visto sono i generali americani John P. Lucas e Mark Clark, comandante della V Armata, e il generale inglese Harold Alexander; mentre tra i grandi *decision makers* si staglia-

no le figure di Winston Churchill e del supremo comandante delle truppe alleate in Europa Dwight Eisenhower. Anzio mise tutti alla prova e gli errori talora madornali erano causati sia dai politici che dai generali.

In una recensione del ben noto volume di Carlo D'Este *Fatal Decision*, pubblicata dal *New York Times* nel 1991, Russell F. Weigley osservava che lo sbarco di Anzio fu probabilmente la peggiore operazione condotta dagli Alleati nella Seconda Guerra Mondiale: "Perfino gli errori che permisero il disastro di Pearl Harbor impallidiscono a confronto perché v'erano molte ragioni per prevedere che l'Operazione Shingle (Anzio) sarebbe andata storta". Trovarsi sulla testa di ponte non lasciava scelte a nessuno: o vita o morte. Per non essere nel mirino l'alternativa era di vivere in tane fangose come le talpe. Certi aspetti atroci della Grande Guerra risorsero ancora grazie alla inettitudine dei comandanti.

Lo stallo nelle trincee e nelle buche delle talpe ad Anzio ebbe inizio con lo sbarco del 22 gennaio 1944 e continuò fino allo sfondamento della linea tedesca il 25 maggio seguente. Dopo la caduta di Mussolini nell'estate 1943 i tedeschi orchestrarono una formidabile difesa contro gli Alleati che avevano invaso la penisola dal Meridione e incalzavano verso nord; i tedeschi li bloc-



23 gennaio 1944, secondo giorno ad Anzio, sbarco di carri armati [Public Domain]

carono nella zona di Monte Cassino all'inizio del 1944: la risposta fu lo sbarco di Anzio che avrebbe dovuto sorprendere e sbroggiare Kesselring e le sue forze, ma le cose non andarono come previsto.

La reputazione di Churchill come stratega militare ne usciva malconca, in gran parte per il suo caratteristico cocciuto che aveva poco riguardo per l'opinione dei generali e degli addetti ai lavori. In effetti avrebbe dovuto insistere per una presenza più massiccia delle forze armate. Alexander non contraddiceva Churchill e quindi era sopravvissuto, ma ciò non risolveva i problemi sul campo di battaglia. Altro errore era il sovraccarico sulle spalle dei generali che poi delegavano i dettagli dei piani a ufficiali non molto competenti o lungimiranti. D'altro canto il Generale Mark Clark era assai provetto nell'insabbiare qualsiasi suggerimento o decisione degli inglesi, tuttavia non poteva essere troppo ovvio, per cui la sua tattica era di ritardare molte decisioni. Mentre Alexander suggeriva la presa dei Colli Albani per poi procedere verso Roma,

Clark temporeggiava e riduceva l'ampiezza dei piani. Nel frattempo Kesselring mandava i suoi carri armati nelle vicinanze mentre rinforzi stavano arrivando dalla Germania, dalla Jugoslavia e dalla Francia.

Il Generale Clark aveva suggerito che per sloggiare i tedeschi da Montecassino bisognava bombardare la storica abbazia e dintorni; il 15 febbraio 1942 bombardieri americani sganciarono 253 tonnellate di bombe su Montecassino; fece seguito una seconda ondata di bombardieri che sganciarono altre 100 tonnellate di bombe.

A fine febbraio la controffensiva tedesca scemava; diventava così inattuabile il piano tedesco di buttare americani e inglesi nel mare. La stazione radio di propaganda tedesca in lingua inglese definiva la testa di ponte ad Anzio "il più grande e autosufficiente campo di prigionieri di guerra al mondo". Passarono altri due mesi e nessuna delle due parti fu capace di un attacco decisivo. Tuttavia dai Colli Albani i tedeschi potevano con i loro 372 pezzi d'artiglieria, compresi due mastodontici cannoni da 230



19 gennaio 1944, Feldpost 59041 C, raccomandata avviata da Feldpost 554; 29esima Divisione Panzergrenadier durante operazioni difensive sul Garigliano



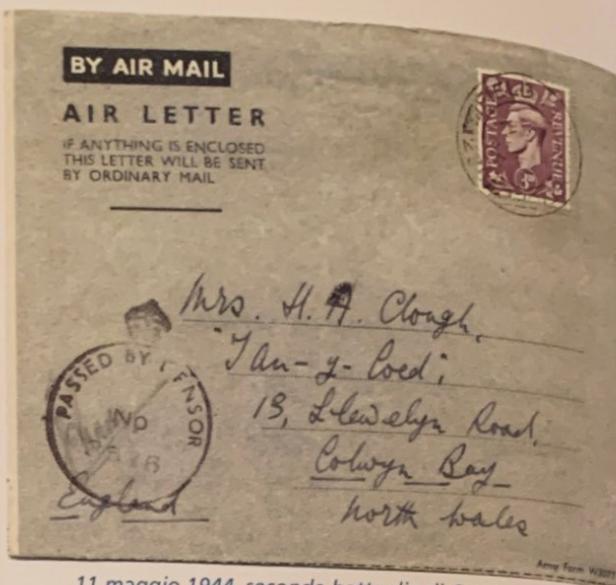
7 febbraio 1944, incursioni tedesche a nord di Anzio: 71ª Divisione Fanteria, numero posta militare 15656, Feldpost 36547



Maggio 1944, il bombardamento di Cassino

di passare alla storia come il liberatore della Città Eterna con il bel risultato che nei mesi seguenti, quando gli Alleati si avvicinarono a Firenze, si trovarono di fronte le stesse divisioni tedesche che avevano combattuto ad Anzio e a Cassino.

A Monte Cassino e sulla Linea Gustav, da mesi la Quinta Armata Americana non riusciva a sloggiare i tedeschi della Decima Armata. Il Corpo di Spedizione Francese, consistente in prevalenza di truppe coloniali comandate dal generale Alphonse Juin, faceva parte delle truppe alleate; inaspettatamente il 13 maggio Juin e i suoi uomini aprirono un varco formidabile sul fianco destro della Linea Gustav. Seguirono gli uomini del Secondo Corpo d'Armata polacco comandato dal Generale Anders; durante la loro offensiva nella zona di Cassino le perdite furono ingenti e due ufficiali polacchi catturati dai tedeschi furono crocefissi con chiodi arrugginiti e filo

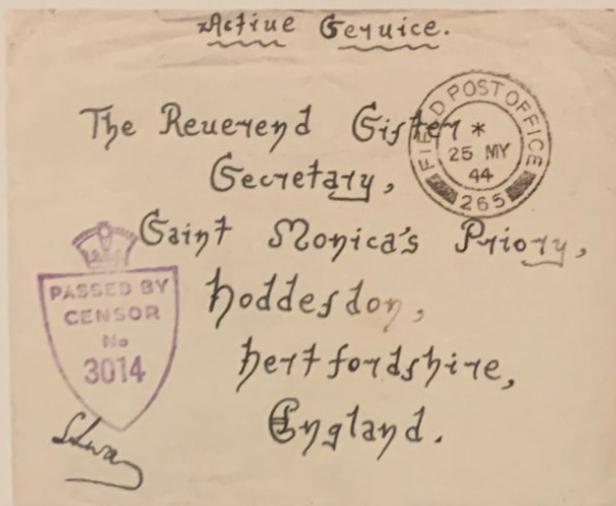


11 maggio 1944, seconda battaglia di Cassino: Air Letter affrancata con 3d. (da non confondersi con l'aerogramma) dal Field Post Office 236 del 57° Reggimento Campale facente parte della 78ª Divisione Fanteria britannica

spinato. Questo episodio fu la miccia di quanto seguì: il 17 maggio ebbe luogo il secondo attacco polacco a Monte Cassino e dopo sanguinosi scontri i tedeschi non ebbero altra scelta che ripiegare.

Il 23 maggio, ad Anzio, gli Alleati inflissero ai tedeschi un uppercut che produsse un fuggi-fuggi. Bastava rincorrerli, ma il Generale Clark frenò la manovra, non tanto per prudenza ma per il suo sogno di diventare il liberatore di Roma. Restava infatti il rischio che le truppe alleate arrivassero nella capitale prima di lui: ancor peggio, gli inglesi potevano arrivare per primi e vantarsi d'essere loro i liberatori della Città Eterna.

A bordo di una jeep il 5 giugno Clark entrò a Roma alla testa di una colonna americana, tra siepi di folla inneggiante ed esultante. Le foto e i titoli cubitali furono tutti per lui ma solo per poche ore: la mattina dopo gli Alleati sbarcavano in Normandia e l'ingresso trionfale



25 maggio 1944, dopo la disfatta a Monte Cassino (23 maggio) i tedeschi della Decima Armata in ritirata sono inseguiti dagli inglesi: FPO 265, Decima Brigata Fanteria, Quarta Divisione Fanteria



Lunedì 5 giugno 1944, la jeep con a bordo il generale Mark Clark e il suo "top brass" (alti comandi) in via del Corso accolto da esultanti romani

nella Caput Mundi del generale americano risultava archiviato. I tedeschi e gli Alleati tiravano le somme, dolorose comunque sotto l'aspetto umano: i numeri dei caduti erano sconsolanti e soprattutto tragici.

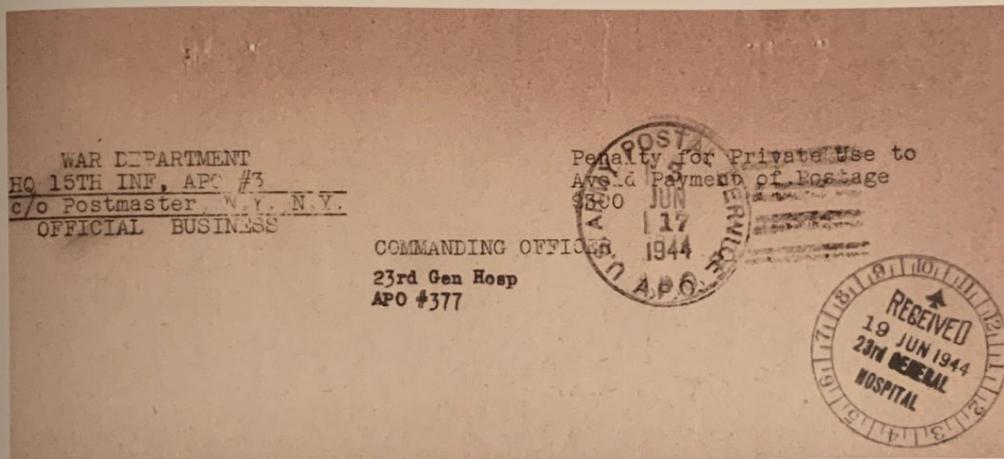
Alla fine della guerra le truppe alleate di stanza ad Anzio e nell'Agro Pontino che erano sopravvissute a quell'inferno non dimenticarono i quattro mesi d'assedio spietato né le perdite umane e le sofferenze: 4.400 morti, 18.000 feriti e 7.000 fatti prigionieri dai tedeschi. Questi ultimi però soffrirono perdite maggiori.

Fu un massacro fin dall'inizio: nelle prime due settimane di lotta i battaglioni dei fucilieri inglesi persero metà dei loro uomini. A queste drammatiche statistiche vanno aggiunti altri 37.000 uomini delle forze alleate che perirono terrorizzati da bombardamenti, assideramento, tensione, depressione, trauma psicologico e follia.

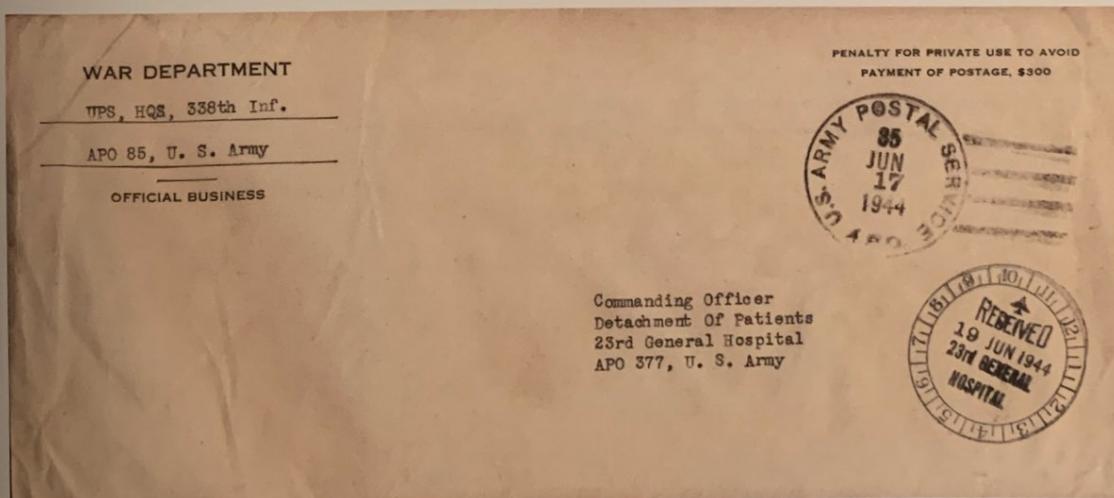
Il servizio postale dell'esercito inglese — il *Field Post Office* — giocò un ruolo più che mai cruciale nella Secon-

da Guerra Mondiale, contribuendo a mantenere alto il morale dei militari al fronte in tutte le parti del mondo. Questo aspetto dei servizi delle forze armate non ha mai ricevuto il dovuto credito, anche se sia gli uomini che le donne che avevano perso la vita nel corso delle loro funzioni a causa degli eventi bellici sia nella madrepatria sia all'estero, erano valorosi quanto quelli caduti in prima linea. Il generale Montgomery ebbe a dire che i suoi soldati potevano marciare per tre o quattro giorni senza cibo sulla base di una lettera ricevuta da casa. Montgomery fu molto insistente con Churchill affinché la posta fosse veramente accelerata a tutti i costi — proprio per questo alla fine si introdusse la *Airletter* e successivamente la busta "verde".

Negli anni 1939-1945 oltre 5.000 uomini e donne lavorarono in vari uffici dislocati in diverse città inglesi onde smistare e distribuire la corrispondenza dal fronte. Gli impiegati lavoravano a turni di 13 ore; nel 1944 l'APO, ovvero l'*Army Post Office*, impiegava 3.000 tra uomini e



17 giugno 1944, l'Army Post Office (APO) 3, statunitense, che fu tra i primissimi allo sbarco di Anzio, è a Roma con un nuovo bollo postale che vede il primo giorno d'uso proprio il 17 giugno



17 giugno 1944, APO 85 (primo giorno d'uso del nuovo bollo di posta militare) localizzato a Roma e assegnato alla 85ª Divisione Fanteria statunitense che era arrivata in Italia il 27 marzo combattendo sul fronte del fiume Garigliano per poi liberare Gaeta e Terracina; a fine maggio si spinse fino a Frascati facendo il suo ingresso a Roma il 5 giugno.

Proseguiva poi verso Viterbo e quindi rientrava a Roma (10 giugno).
L'85ª Divisione partecipò alla difesa della linea dell'Arno (15-26 agosto). Prese parte all'offensiva finale fino a passare il Po il 24 aprile 1945 inseguendo i tedeschi sino ad Agordo dove si arresero in massa il 2 maggio 1945.
La fine della Seconda Guerra Mondiale in Europa seguiva sei giorni dopo



Primi giorni del 1944: un camion dell'Army Post Office (APO) britannico arriva ad un avamposto per caricare sacchi di posta militare delle truppe inglesi in quello scacchiere [© IWM]

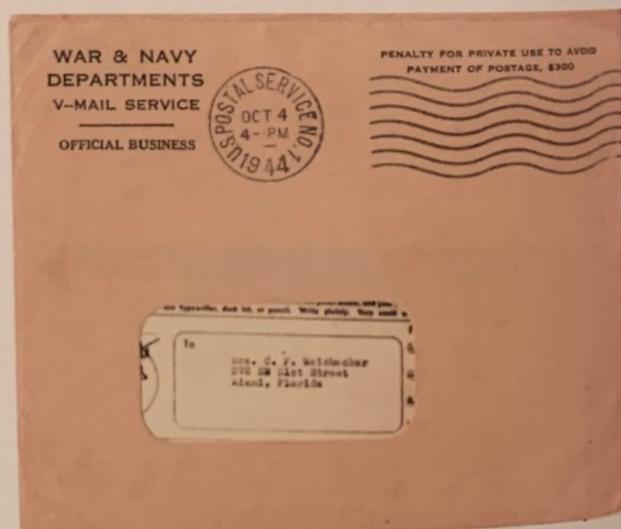
donne, che nel corso dell'anno inoltrarono 340 milioni di lettere, 95 milioni di pacchetti e giornali, 13 milioni di pacchi, utilizzando due milioni e mezzo di sacchi per inoltrarli ai soldati al fronte.

Il deposito centrale del Servizio Postale dell'Esercito inglese fu stabilito a Londra nel 1939 e in seguito spostato in altre città per motivi di sicurezza e di rapido inoltro. Il deposito smistava varie categorie di corrispondenze, comprese quelle dei prigionieri di guerra. I reparti postali del MEF (*Middle East Forces*, Forze del Medio Oriente) e del BNAF (*British North Africa Forces*, Forze dell'Africa Settentrionale) erano parte del CMF (*Central Mediterranean Forces*, Forze del Mediterraneo Centrale) e come tali erano al seguito delle truppe che sbarcarono in Sicilia e in altre parti della penisola. Le Poste da Campo operavano nelle teste di ponte a Salerno e ad Anzio. In due tragici frangenti la posta consegnata dalla Posta da Campo di Anzio a mezzi anfibi andò perduta a causa di incursioni aeree tedesche.

Corsi di addestramento per personale destinato a essere impiegato presso qualsiasi Ufficio Postale dell'Esercito (APO) statunitense erano cominciati ai primi di gennaio del 1942; a poche settimane di distanza l'*Army Postal Service* (APS, Servizio Postale dell'Esercito) cominciò a operare nell'Irlanda del Nord in concomitanza con l'arrivo di truppe americane in Gran Bretagna.

Nel marzo 1942, circa 100 giorni dopo Pearl Harbor, gli Stati Uniti istituirono ufficialmente l'APS che operava con uffici postali propri in installazioni militari e altre agenzie postali sia per occuparsi sia della posta personale delle truppe sia della posta di servizio, in modo da servire le forze statunitensi a livello globale. Inoltre un servizio di corriere speciale era addetto al recapito di corrispondenza e documenti segreti. A livello nazionale

l'APS operava con uffici postali situati in installazioni militari per gestire e smistare corrispondenze recapitate dal servizio postale ai centri di concentrazione postale situati in varie parti degli Stati Uniti. Negli scacchieri militari d'oltremare si pianificò un sistema per servire efficientemente le truppe, comprese quelle al fronte. Le operazioni postali che facilitavano inoltro e recapito di corrispondenze dei militari erano condotte da punti di concentrazione e smistamento oltre che da reparti di posta militare che impiegavano personale con una buona esperienza, come impiegati postali civili o che erano stati addestrati dall'APS. Il personale degli APO (*Army Post Offices*, Uffici Postali dell'Esercito) e i loro

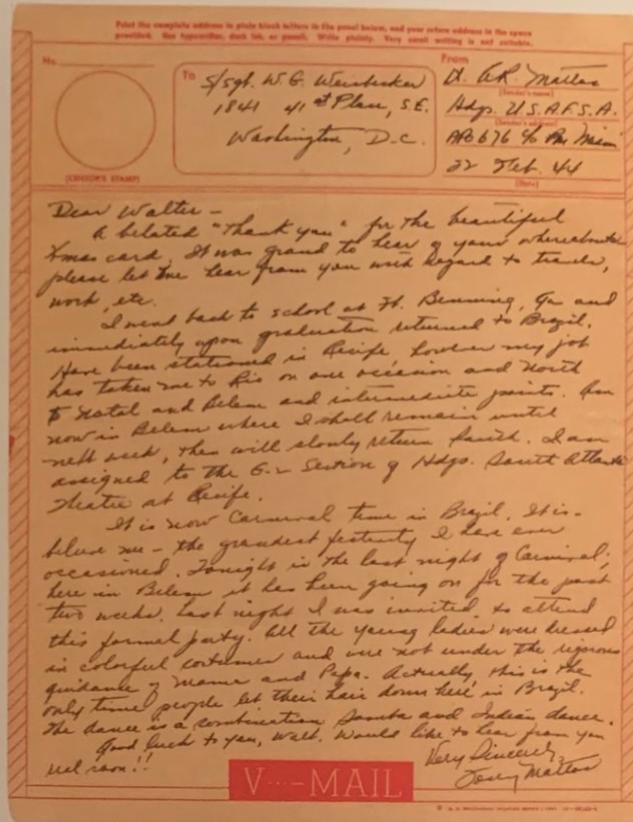


La bustina con finestra della V-mail completa di contenuto. Da notare l'esplicito divieto di utilizzo per altri motivi



Uno dei vari manifesti promozionali della V-mail

Un modulo originale della V-mail, con indirizzi e messaggio sulla medesima facciata in modo da poter essere microfilmati con un unico scatto



utenti era sotto la supervisione del comando dal quale dipendevano. Tra il 1941 e la fine del 1945 risultano attivati circa 1.000 APO.

A ogni APO all'estero veniva assegnato un numero e un indirizzo postale che per motivi operativi e di sicurezza faceva capo a una delle seguenti città: New York, San Francisco, Miami, Minneapolis, New Orleans, Seattle e Presque Isle, nel Maine. In alcuni casi il numero identificava il reparto o la divisione del mittente; in altri casi si riferivano alla zona geografica (per esempio Canada, Alaska, Giamaica, ecc.) mentre altri numeri erano assegnati senza specifico riferimento. Il 27 marzo 1942 fu approvata l'introduzione delle *V-Mail* (o *Victory Mail*) che potevano essere utilizzate dalle truppe di stanza in paesi lontani; usando l'apposito modulo *V-Mail* che poi veniva microfilmato e quindi portato per via aerea negli Stati Uniti, all'arrivo i vari messaggi venivano sviluppati su carta fotografica del formato di una cartolina, indi piegata nel modo giusto e immessa in una bustina con finestra che mostrava l'indirizzo del destinatario. Questo servizio era stato approvato dal Congresso americano il 27 marzo 1942. Un rotolo di microfilm poteva contenere i negativi di 1.500 *V-Mail*; in tal modo si risparmiava tempo e spazio a bordo degli aerei e altri mezzi di trasporto transoceanico. Il totale delle *V-Mail* spedite durante il periodo 1942-1945 arrivò allo strabiliante totale di 1.284.000.000 di pezzi microfilmati e recapitati. Anche l'esercito inglese adottò questo sistema chiamandolo *Airgraph*. Sia *V-Mail* che *Airgraph* venivano talvolta decorate con illustrazioni per le feste di Natale e di Pasqua, ma anche per celebrare reparti di appartenenza o speciali occasioni. Come intuibile i militari godevano di franchigia postale sulle loro corrispondenze ordinarie purché fossero indicati il nome e l'indirizzo militare del

mittente nell'angolo superiore sinistro, e nell'angolo superiore destro scrivessero *FREE* o *FREE MAIL*. Nei mesi successivi all'approvazione della franchigia per tutte le forze armate statunitensi si arrivò a quasi quattro milioni di lettere spedite su base giornaliera che aumentarono fino a oltre dieci milioni nel giugno 1944.

Giorgio Migliavacca

BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE

- Carlo D'Este, *Fatal Decision: Anzio and the Battle for Rome*, Harper Collins 2008
- Francesco Mattesini, *Operazione "Sbingle": lo sbarco e la battaglia di Anzio*, Roma 2019
- Edward B. Proud, Robert W. Gould, *History of the British Army Postal Service 1927-1965*, vol. 3, Heathfield 1983
- George Cosentini e Norman Gruenzner, *United States Numbered Military Post Offices Assignments and Locations 1941-1994*, MPHS 1994
- George Cosentini, "Modern Commentary: V-Mail Notes." *The United States Post Office in World War II: The U.S. Government's Classic 'A Wartime History of the Post Office Department' in a New Illustrated Edition with Modern Commentaries*, Ed. Lawrence Sherman, Chicago, The Collectors Club of Chicago, 2002
- United States Post Office Department. A Wartime History of the Post Office Department: World War II 1939-1945*, Washington, DC, Post Office Dept. 1951
- Charles Glover, Tom Infield, *Like Nero, army fiddled at Anzio amid disaster*, Cox News Service, Knight-Ridder 1994
- Russell F. Weigly, *Someone Had Blundered*, in *New York Times* 21 Luglio 1991

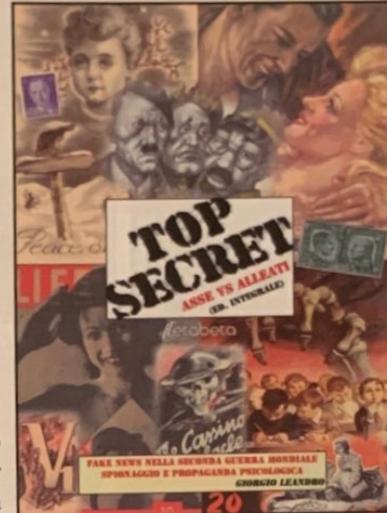
Le fake news nella Seconda Guerra mondiale

Giorgio Leandro

La guerra di comunicazione propagandistica cartacea tra le forze dell'Asse e gli Alleati ripercorsa attraverso francobolli, volantini, banconote, cartoline, erinofili, buste e riviste.

(Top Secret ISBN 978-88-93496-09-4)

(Materiale proprietà dell'autore giorgio.leandro@libero.it)



Durante il mio lungo percorso collezionistico mi imbattei nel viso di Adolf Hitler trasformato in teschio di morte. Si trattava della poco nota filatelia di anti propaganda bellica, fortemente voluta e utilizzata dai servizi segreti e psicologici delle nazioni protagoniste della Seconda Guerra Mondiale. I contenuti grafici di questi piccoli francobolli furono studiati per creare provocazioni, incomprensioni, inganni e ansie, capaci di alterare gli umori dei nemici. Il potere propagandistico legato alle immagini fu amplificato ulteriormente da volantini, manifesti e cartoline capaci di influenzare direttamente il lettore, letterato o analfabeta.

Questa guerra di comunicazione fu combattuta da gruppi di psicologi propagandistici o da agenti dei servizi segreti di ogni nazione: la comunicazione doveva manipolare mentalmente il nemico, di qualunque cultura o nazionalità egli fosse.

Anti propaganda tedesca

La propaganda fu per Hitler uno strumento essenziale per acquisire e mantenere il potere, oltre che per attuare le politiche naziste. Nel suo pensiero essa doveva essere di elementare comprensione, ripetitiva e capace di risvegliare i sentimenti delle masse attraverso la divulgazione di un solo aspetto stereotipato della verità, ovviamente favorevole al proprio scopo.

Nel 1942, il dipartimento di propaganda tedesco era composto da circa 15000 soldati agli ordini di Goebbels il quale affermò: "La propaganda è riconosciuta come mezzo essenziale di guerra, equivalente alla lotta armata."

Manifesti, cartoline e banconote ben si prestarono a veicolare nei paesi occupati la cultura persecutoria verso il popolo ebraico.

Ne sono buoni testimoni il manifesto simbolo dell'Ebreo Errante (mostra anti-semita 1937), una cartolina che ruotata di 180° trasforma Churchill nel rabbino Herz e la banconota da 1000 marchi soprastampata con Karl Radek.



Nel campo di concentramento di Sachsenhausen vennero concepite due famose operazioni di interesse numismatico e filatelico: l'Operazione Bernhard e l'Operazione Wasserwelle.

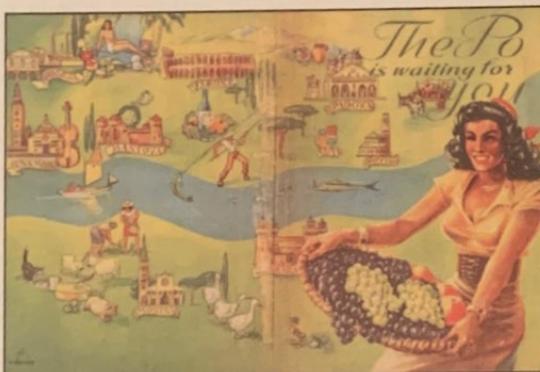
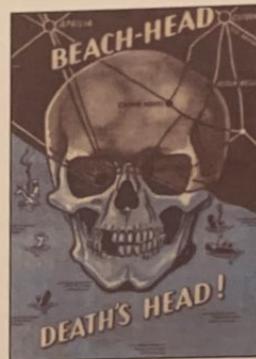
La prima è l'operazione di contraffazione monetaria più importante della storia (oltre 130.000.000£) effettuata grazie alla collaborazione di un centinaio di prigionieri abili nelle arti grafiche che riuscirono a riprodurre le sterline inglesi (difficili per tipologia di carta e filigrana). Le banconote perfette venivano scambiate nei paesi neutrali per dollari, franchi svizzeri o preziosi mentre le difettose venivano lanciate su Londra per danneggiare l'economia britannica.



Nell'ambito dell'Operazione Wasserwelle (filigrana ondulata) vennero concepiti francobolli volti ad alimentare odio verso ebrei e bolscevichi. Furono riprodotti alcuni francobolli classici britannici con inserti di simboli (falce e martello, stella di David), di caricature staliniane e soprastampe denigratorie. Tale operazione fu voluta da Himmler come risposta alle provocazioni filateliche propagandistiche subite dagli inglesi. Non sono noti usi postali.

Interessante e poco nota fu l'immensa campagna di volantinaggio studiata per disinformare e demoralizzare i soldati Alleati impegnati nella liberazione d'Italia.

Durante la logorante battaglia di Cassino migliaia di volantini vennero lanciati ai militari Alleati per ricordare loro la morte e le sconfitte già subite.



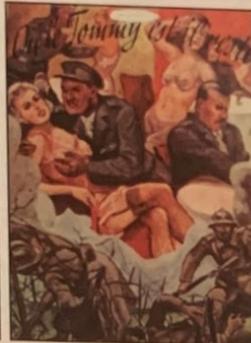
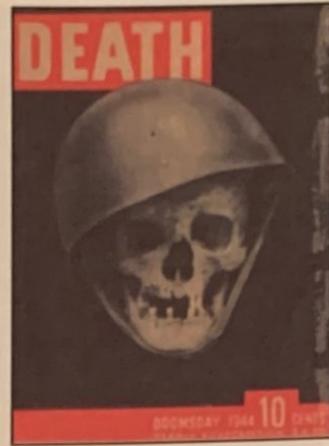
Analogamente accadde ai soldati in prossimità del fiume Po: le bellezze dell'Italia Padana si contrappongono alla morte che esce dalle acque del fiume (retro del volantino).

Inoltre il militare doveva pensare costantemente agli affetti lasciati in patria: mogli, fidanzate, figli, amici...

La devastazione dei sentimenti doveva indurlo alla resa.

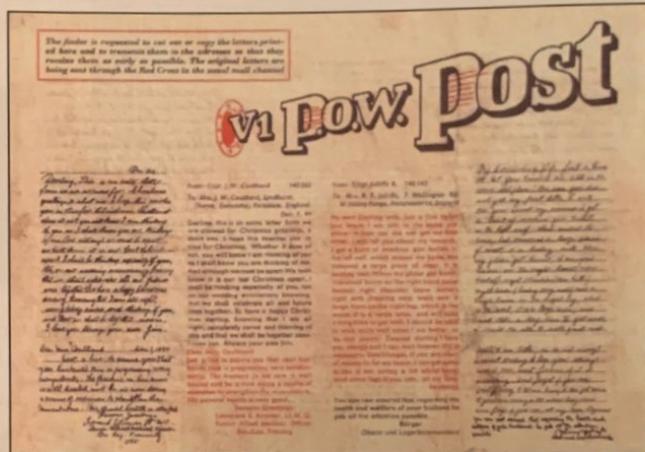


Bizzarra e inefficace fu la sex-propaganda che vedeva pin-up discinte contrapposte a immagini di morte o, ancor più spesso, belle donne abbracciate ai ricchi ebrei rimasti in patria. La parodia della rivista americana Life (fronte Life, retro Death) è forse la più famosa di questo settore, edita in 16 volantini di differente formato.

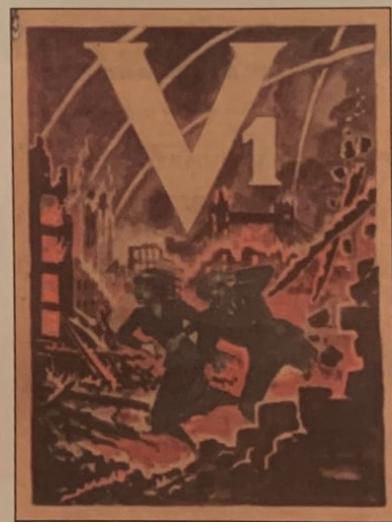


Desta curiosità il volantino, formato cartolina, "Ou le Tommy est il resté?" nato per contrapporre inglesi e francesi impegnati nella difesa della linea Maginot. Illuminando al retro il volantino, appare l'immagine lussuosa dei soldati inglesi nei locali parigini mentre i fanti francesi muoiono al fronte.

Il 13 giugno 1944, una settimana dopo lo sbarco in Normandia, Hitler sfoderò l'arma segreta V1 bombardando direttamente Londra con tali missili. Questi razzi prima di esplodere al contatto col terreno, lasciavano cadere migliaia di volantini contenuti al proprio interno: "V1 POW Post". In pratica erano false missive di prigionieri scritte per provare a localizzare i civili britannici ben nascosti nei rifugi.



In pratica è un tipo di posta recapitata via missile. Parallelamente sul fronte italiano si divulgò, con decine di volantini differenti, la fake news circa la vittoria tedesca sull'Inghilterra grazie ai V1.



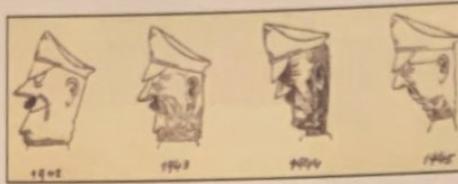
Anti propaganda britannica

La Gran Bretagna inserì in territorio europeo, fin dagli albori della guerra, centinaia di agenti segreti (S.O.E.) e propagandistici (P.W.E.) che condussero operazioni di sabotaggio, depistaggio e condizionamento psicologico capaci di creare dissapori interni al regime, di divulgare le ferocità naziste ai popoli e di fornire supporto amministrativo ai propri agenti in territorio nemico.



Esistono buste volantini a dell'operazione

L'operazione denominata *"Himmler for President"* nacque per influenzare le gerarchie naziste e la popolazione tedesca a riguardo di un forte disaccordo interno al Reich: far credere che il Ministro si stesse preparando alla successione del Führer, avendo già predisposto le emissioni di carte valori postali con la propria effigie.



Der Normalverbraucher und Reichswohnungskommissar
Reichsleiter Dr. Robert Ley
im „Angriff“ vom 12. Oktober 1943:
... Wir Nationalsozialisten kennen keinen „Diplomatenstand“. Jeder, ob Reichsminister oder Zivilist, muß genau so von seinem Kartens leben wie der einfache Arbeiter, Handwerker und Beamte. Aber selbst die Normalkarte zeichne, für alle, denn ich probiere sie täglich aus, da auch ich zu den Normalverbrauchern gehöre.“
(Siehe Umschlag)

Numerosa fu la produzione filatelica e cartofila britannica, mai casuale e spesso orientata a un obiettivo ben definito: evidenziare martiri positivi o cattivi gerarchi. Nacque perfino il primo mini manifesto, gommato al retro, per essere appiccicato ai muri della Polonia occupata



(Obwieszczenie) e incitare alla rivolta il popolo contro il tremendo gen. Frank. Molte cartoline allertavano il popolo tedesco rispetto a biechi personaggi come Ley, (l'ubriacone del Reich), Scheel, Schieber eccetera.

La produzione di cartoline e volantini fece spesso uso della tecnica del fotomontaggio ma, talvolta fu l'ironia a portare verso successi comunicativi clamorosi: *"Piegare il foglio per trovare il quinto maiale"*.



Le comunicazioni erano sempre scritte nella lingua del paese ricevente e arricchite con figure eloquenti.

Nella molteplice propaganda sviluppata dagli inglesi in lingua italiana ha rilevanza un libretto, composto da 16 pagine, ove venivano ripercorsi i crimini di guerra nazifascisti; l'opuscolo fu distribuito nell'agosto 1943 in auspicio della resa italiana.

Si può notare anche la presenza di un francobollo celebrativo della "fratellanza di armi italo-tedesca".

Un paio di francobolli della serie diedero spunto poi a una parodia dei due leader, a testimonianza della sudditanza del Duce nei confronti del leader tedesco e la connessa dominazione completa del Führer sulle forze dell'Asse: "Due popoli, un Führer", "Due popoli, uno in guerra".



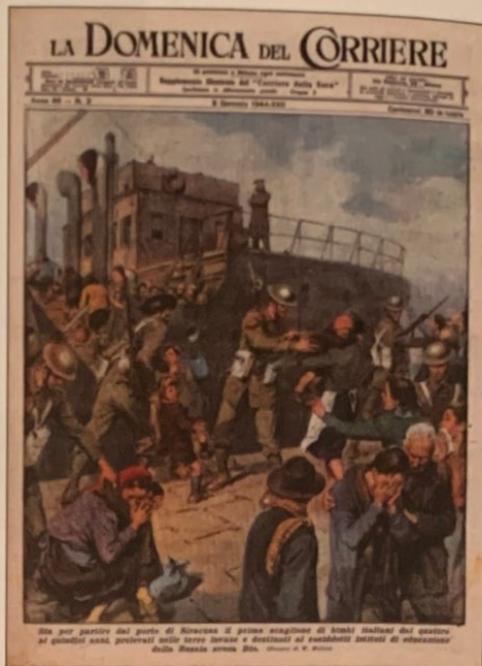
Anti propaganda italiana

Nella formidabile opera di propaganda fascista che vide impegnati grandi illustratori italiani non è difficile trovare manifesti e cartoline anti inglesi, anti americane o anti bolsceviche. Sicuramente l'estro di Gino Boccasile non ebbe eguali.

Dall'anglofobia necessaria per addossare ai britannici la responsabilità della guerra, passando per i "negri" americani anticristiani predatori del patrimonio italiano, ricordando incessantemente le responsabilità dell'errato bombardamento della scuola di Gorla (20 ottobre 1944) si arriva al bolscevico subumano che distrugge il mondo a martellate.



"I Comunisti mangiano i bambini!" fu una delle fake news più significative, come testimoniato dai media dell'epoca (n° 2/1944 Domenica del Corriere): "Sta per partire dal porto di Siracusa il primo scaglione di bimbi italiani dai quattro ai quindici anni, prelevati nelle terre invase e destinati ai cosiddetti istituti di educazione della Russia senza Dio".



Perfino il Monte dei Paschi di Siena all'epoca era anti comunista...

Esiste un misterioso libretto bilingue, estremamente raro, che alimenta la presunta omosessualità dei due gerarchi, contenente dodici volantini pornografici raffiguranti Hitler e Mussolini in pose di sesso oscene e spesso omofobe: "The last secret weapon of Hitler e Mussolini".



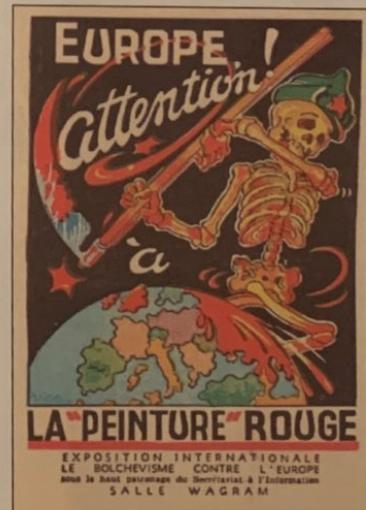
Anti propaganda francese



La Francia, rapidamente invasa dai tedeschi, occupata, divisa e devastata, visse di resistenza clandestina per molti anni e quindi l'opera propagandistica anti tedesca si sviluppò in modo limitato, con tutti i rischi del caso. Al contrario invece, la propaganda antisemita e antibolscevica diffusa dal Governo collaborazionista di Vichy, risultò pregnante.

Per questo motivo la comunicazione antinazista proliferò prima e dopo l'invasione tedesca, tipicamente attraverso manifesti e cartoline satiriche divulgati nel benessere parigino. Analogamente per i francobolli falsi,

sviluppati nel periodo di liberazione.



Anti propaganda sovietica

A concepire falsa comunicazione, aggressiva e devastante furono i servizi sovietici mediante pubblicazioni come il "Front Illustrierte" che settimanalmente veniva disseminato ai soldati tedeschi impegnati sul fronte orientale. Tale opuscolo, simile a



Die Helmkehr

una rivista ricca di illustrazioni fotografiche, spesso ritoccate, mostrava soldati morti o feriti enfatizzandone la sconfitta. La falsificazione delle cartoline venne orientata alla sottolineatura di temi di vita comune (pane, Natale, famiglia,...) o ad alterazioni sgradevoli di Hitler stesso. Le immagini, una volta coniate, venivano poi riutilizzate su più strumenti quali posters, biglietti e opuscoli informativi, dove venivano completate con ulteriori ricchi e prolissi testi.



Un ulteriore insieme di rare cartoline create dai servizi segreti russi per destabilizzare il nemico è costituita da una serie di sette pezzi raffiguranti altrettanti visi di generali tedeschi, divulgabili al fronte ove i militari potevano spedirle senza pagare l'affrancatura. Tali generali erano accomunati dal proprio fallimento nell'offensiva sul fronte russo e dalla deposizione o dalla propria sparizione così come accadde a una quarantina di loro per volere di Hitler.



Hitler e gli altri gerarchi nazisti spesso furono paragonati a bestie feroci e mostruose e così foto-montati sulle cartoline o sui tanti volantini.



Генерал
Резольция в парти в азия. —
Генерал Сидорова смелостно.

Di grande interesse storico sono i rari volantini dedicati agli italiani impegnati nella campagna di Russia.

Nella zona del Medio Don
56.600
 soldati ed ufficiali italiani
si sono dati PRIGIONIERI
ESSI RITORNERANNO NEL LORO PAESE

Anti propaganda americana

Ciò che si percepisce dall'opera psicologica americana è la continua ricerca del quotidiano, orientata a influenzarne lo stato, sia per quanto riguarda l'opinione pubblica interna, sia per ciò che concerne la condizione emotiva del lontano nemico; i servizi segreti O.S.S. si dedicarono a quest'ultima.

Ne è conferma la straordinaria "Operazione Cornflakes" capace di entrare nelle case delle famiglie tedesche all'ora di colazione, per provare a influenzarne il pensiero.

Tramite la creazione di francobolli falsi, buste, sacche postali tedesche, manifestini inneggianti alla rivolta, gli OSS riuscirono a spedire centinaia di migliaia di missive alle famiglie austro-tedesche, facendole addirittura consegnare dagli ignari postini tedeschi.



Di creazione privata ma degno di menzione è "Hitler spitter" dove la commemorazione del compleanno di Hitler viene sbeffeggiata dallo sputo di una bambina.

Un'altra idea stupefacente, capace di divulgare facilmente messaggi antinazisti in terra tedesca, sfruttando i semplici gesti quotidiani, fu quella di utilizzare i pacchetti di sigarette



e le relative cartine scritte opportunamente; tale operazione prese il nome dalle sigarette tedesche stesse: "Nordland".

Sul fronte interno l'obiettivo era di creare consenso nell'opinione pubblica per ricavare finanziamenti e volontari; per fare ciò Roosevelt creò un ministero dedicato e, fra le tante iniziative, valorizzò il più grande disegnatore satirico dell'epoca (A. Szyk) che produsse centinaia di interessanti illustrazioni.



Il Governo Americano chiese a tutti coloro in grado di comunicare per mestiere, di implementare campagne di comunicazione antinaziste o comunque valorizzanti la cultura americana. Pertanto proliferarono su tale tema molte cartoline, manifesti, erinnofili e varie altre forme cartacee.

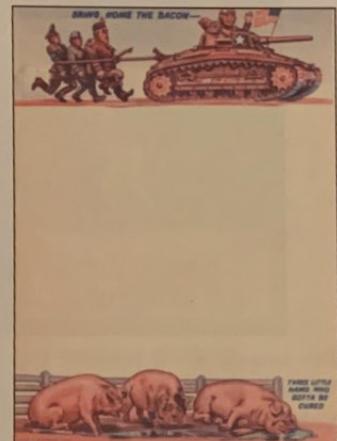


Nacque in questo contesto **CAPITAN AMERICA**,

personaggio dei fumetti voluto come elemento di propaganda capace di simboleggiare un'America libera e democratica che si opponeva a una Germania nazista, antidemocratica, imperialista e bellicosa. Anche i personaggi Disney scesero in campo e l'azienda stessa salvò i propri bilanci divenendo il primo ente di formazione militare americano utilizzando i cartoni animati per formare le reclute.



Scatole di fiammiferi, carta da lettere, giochi di carta completavano l'opera di gigantesca comunicazione interna statunitense.



È sul fronte del Pacifico che gli americani diressero i principali sforzi di propaganda per indurre i giapponesi alla resa; si stima che i B29 lanciarono 60 milioni di volantini con il metodo di dispersione nei 3 mesi estivi del 1945. Nonostante i messaggi portassero rispetto verso i civili, distinguendoli dai vertici militari ritenuti responsabili del conflitto, il risultato non fu quello sperato.



Anti propaganda giapponese

Approfittando della debolezza coloniale europea, conseguente alla situazione bellica in corso, il Giappone cercò di sfruttare il momento imponendo e sviluppando il proprio Impero. Inglese, americani e australiani erano i nemici diretti sul territorio ma anche i soggetti dell'azione giapponese di anti propaganda. Oggetto dell'opera di comunicazione nipponica era quindi la denigrazione degli stati colonialisti ma ancor più l'istigazione alla rivolta delle popolazioni asiatiche. La comunicazione avveniva attraverso volantini dai colori vivaci, con immagini forti, poco scritto (era un territorio multi culturale e di bassa scolarità) e spesso con effetto origami della carta.



Per acquistare il volume **Top Secret Asse vs Alleati**

Volume 1 e 2: 60€ soci 50€ + postali 8€

Volume 1 asse: 30€. soci 25 +postali 5€

Volume 2 alleati: 35€ soci 30€ + postali 5€

Giorgio Leandro IT 31 Y 01030 10600 00000 1219973 Monte Paschi

Il difficile rapporto tra fumetti e filatelia in Italia

Valentino Vannelli

L'emissione del 3 novembre 2017 dedicata allo "Sviluppo della produzione dei fumetti Disney in Italia", promozionata come celebrazione dei 90 anni di *Topolino* è all'origine di questo approfondimento relativo al rapporto tra filatelia e fumetti in Italia.

Nonostante la comunicazione epistolare tradizionale sia in declino, superata dalla posta elettronica e dallo strapotere della telefonia, il collezionismo filatelico continua ad essere l'hobby più diffuso al mondo per almeno tre motivi. I primi due motivi sono la facilità di reperire i materiali (francobolli in primis) e la possibilità di praticare la filatelia a costi contenuti. La possibilità di scoprire alcune rarità è il terzo fattore di successo, forse quello più intrigante.

Il collezionismo filatelico nasce col primo francobollo, il mitico *Penny Black* posto in vendita il 1 maggio 1840, cinque giorni prima della sua validità postale. L'invenzione del francobollo è tradizionalmente attribuita a Sir Rowland Hill, Ministro del Regno Unito di Gran Bretagna e Irlanda, anche se successivi studi affermano che l'invenzione abbia diversi pretendenti. Il primo francobollo al mondo che immortalava i personaggi dei fumetti, circa 130 anni dopo, è messo in circolazione dalle poste USA il 12 settembre 1968 per commemorare la morte di Walt Disney. Si tratta sicuramente di un bel francobollo, ma niente a che vedere con la simpatia del tributo dentellato di San Marino alla produzione Disney del 22 dicembre 1970: una serie composta da dieci francobolli, nove



San Marino, una delle tre First Day Cover dell'emissione del 22/12/1970 dedicata a Disney

dei quali dedicati ai personaggi Disney e uno al loro autore.

Questa emissione fu un successo planetario, tanto che con la lunga serie sammarinese prese il via una produzione dentellata dedicata all'universo Disney che è arrivata a contare migliaia di francobolli emessi da moltissime Amministrazioni postali.

Probabilmente il sussiego culturale che per lunghi anni ha relegato il fumetto nel sottoscala dell'arte è la ragione per cui l'Italia arriva in ritardo all'appuntamento tra filatelia e fumetti.



Usa, francobollo del 12/9/1968 dedicato a Walt Disney

In altri Stati il rapporto tra filatelia e fumetti è assai meno problematico.

La prima emissione italiana è del 31 ottobre 1996. Quasi volesse recuperare il tempo perso,



Emissione del Canada (Winnie the Pooh, 1/10/1996)

con una sola emissione l'Italia celebrò ben due personaggi (e due autori) tra i più noti: *Corto Maltese* di Hugo Pratt e *Tex Willer* di Gianluigi Bonelli e Aurelio Galeppini. Questa emissione, a proposito del sussiego culturale, è illustrata con dei fumetti ma non è dedicata ai fumetti, tant'è che viene catalogata come *Invito alla filatelia*.

Questo primo omaggio dentellato italiano ai fumetti, anche se indiretto, fu un successo di vendite. L'intera tiratura di 3.000.000 di esem-



Italia, emissione per i 100 anni del Corriere dei Piccoli con annullo speciale dell'8/11/2008

plari fu polverizzata, tuttavia il successo non produsse gli effetti auspicati dai filatelisti-fumettari perché, mentre nel resto del mondo le principali Autorità postali dimostravano di avere ben capito l'enorme potenziale del

fumetto in versione dentellata, l'Italia tardava a comprendere che il fumetto è arte a tutto tondo. Dobbiamo aspettare 12 anni prima di vedere un altro francobollo italiano dedicato agli amati comics. Il secondo omaggio italiano ai fumetti è datato 8 novembre 2008 e si deve all'iniziativa dell'Anafi che avanzò la candidatura al Ministero competente. Si tratta del francobollo celebrativo dei 100 anni del *Corriere dei Piccoli*. Tiratura di 3.500.000 esemplari, anche questa interamente spazzolata dal mercato, forse anche in ragione della singolarità della stampa del foglio da 50 esemplari. Giova rammentare che il francobollo dedicato al centenario del *Corriere dei Piccoli* segna l'inizio di una nuova avventura filatelica: il collezionismo dei francobolli con appendice di codice a barre. Per la prima volta, in Italia, nei margini del foglio apparve la stampa di un codice a barre che la dentellatura consentiva di tenere unito al francobollo, quasi ne fosse

un'appendice. In ogni foglio da 100 esemplari della emissione del *Corriere dei Piccoli* c'era un solo codice a barre, per un totale di sole 70.000 accoppiate disponibili francobollo-codice. La normale dispersione dovuta all'uso non collezionistico dei fogli rende particolarmente pregiata la combinazione francobollo-codice a barre di questa emissione. Quanto sia pregiata è preso detto: il francobollo ha un valore facciale (prezzo di vendita all'origine) di € 0,60 mentre l'esemplare accompagnato col codice a barre viene attualmente commercializzato intorno € 250,00. Non sono noti altri investimenti che in dieci anni abbiano registrato un incremento di valore del 41.666,67%.

Il cosiddetto *Corriere dei Piccoli con codice a barre* è stato in assoluto il primo valore della nostra collezione a esaurirsi definitivamente a soli due anni dalla sua emissione, esattamente il 3 novembre del 2010. Se, a suo tempo, qualcuno l'avesse acquistato in quantità, oggi potrebbe disporre di un bel gruzzoletto!

Il successo dell'emissione centenaria del *Corrierino* sembrò

smuovere dal proprio torpore l'Amministrazione postale italiana. Infatti l'anno successivo, esattamente il 23 ottobre 2009, arrivò la terza emissione italiana dedicata ai fumetti che consiste in tre francobolli, riuniti in foglietto,

dedicati ad altre tre glorie nazionali: *Diabolik*, *Lupo Alberto* e *Cocco Bill*. Ma, nonostante la disponibilità di numerose immagini, la scelta grafica non si rivelò all'altezza delle attese. Il valore dedicato a *Diabolik*, ad esempio, è desolante. Purtroppo non è l'unico caso poiché accade spesso che la qualità della produzione dentellata italiana soccomba nel confronto con quella di altri Paesi. Quanto ai soggetti, nonostante il mondo del collezionismo filatelico auspichi emissioni in grado di incuriosire, e quindi attrarre nuovi appassionati, la politica filatelica italiana prosegue in tutt'altra direzione. E quindi anche il totale disinteresse ai fumetti da parte delle Autorità postali italiane durerà ancora a lungo, nonostante due delle tre emissioni italiane dedicate ai comics avessero avuto enorme riscontro di mercato.

Dovettero trascorrere sette anni prima di vedere un nuovo francobollo dedicato ai cartoon. Fu nel 2016 che arrivò la nuova emissione, questa volta dedicata ai 50 anni dell'affermato binomio fra Lucca e i comics.



Italia, emissione celebrativa dei 50 anni di comics a Lucca con annullo speciale del 28/10/2016

Il francobollo, disegnato da Michele Rech-Zerocalcare, riprende il soggetto della locandina della manifestazione lucchese, con protagonista una scanzonata supereroina di nome *Lu*.

L'emissione del francobollo per Lucca Comics & Games, la più importante manifestazione nazionale del fumetto, lascia supporre che le nostre Autorità postali abbiano finalmente compreso la potenzialità della Nona Arte. Infatti la cosa si ripete l'anno successivo, a

si esprime in molte altre modalità. Innanzi tutto sono di soccorso le emissioni della Repubblica di San Marino, e poi occorre tenere presente che la filatelia non va solo intesa come la raccolta di francobolli, ma si completa con altri materiali (gli annulli postali celebrativi, cioè i timbri, le affrancature meccaniche, ecc.) e con soggetti secondari riprodotti casualmente su francobolli e annulli emessi per altre celebrazioni. Quindi la filatelia si spinge oltre i francobolli semplicemente perché ci sono tanti altri oggetti postali meno noti al grande pubblico. Si tratta di oggetti interessanti, spesso di pregio,

che specializzano e declinano le numerose modalità nelle quali si sviluppa il collezionismo filatelico.

Una delle possibilità offerte dal collezionismo filatelico applicato ai fumetti è lo sviluppo tematico. La collezione tematica non prevede l'ordinazione dei francobolli per data di emissione e per Paese emittente, ma si esprime attraverso la narrazione di una o più storie illustrate mediante tutta l'oggettistica postale:

francobolli, annulli, affrancature meccaniche, v-mail, interi postali, telegrammi, ecc.

Inoltre questa narrazione non impiega solo oggetti che riproducono i personaggi dei comics, ma si amplia a tutto ciò che abbia attinenza con lo sviluppo narrativo. In defi-

nitiva, il collezionista tematico non si limita all'ordinamento sistematico dei soli francobolli ma usa tutta l'oggettistica postale disponibile per giungere, se vorrà, al montaggio della collezione per esporla, magari in un concorso.

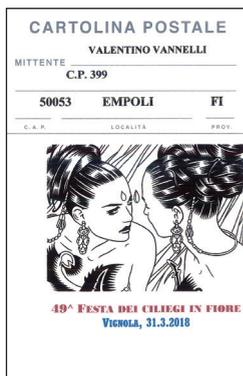
Il sito internet del CIFT-Centro Italiano di Filatelia Tematica (www.cift.it), che è la principale associazione nazionale di settore, offre numerose informazioni su cosa sia una collezione tematica, propone alcuni tutorial per il neofita, presenta on line diverse collezioni. Purtroppo tra gli esempi disponibili non vi è alcuna collezione sui fumetti e l'unico esempio di collezione vicina ai fumetti porta il titolo *Una giornata con il mio migliore amico*. In questa collezione, l'autore si diverte a giocare sull'equivoco: il migliore amico in questione non è il cane, come

si è portati a pensare, ma il denaro. E il narratore fuori campo è *Zio Paperone*, come svelato nell'ultima pagina della collezione.

Tornando ai materiali collaterali al francobollo, accade che la ricerca e la raccolta degli



L'annullo speciale di Paternò (CT) dell'11/5/2018 disegnato da F. Celoni



L'annullo speciale di Vignola (MO) del 31/3/2018 disegnato da R. Baldazzini

novembre del 2017, con l'omaggio dentellato alla produzione italiana Disney dalla quale siamo partiti: ben otto francobolli riuniti in foglietto, più un francobollo stampato in fogli da 28 esemplari.



Italia, emissione celebrativa dei 90 anni di Topolino del 3/11/2017: foglietto con 8 francobolli di G. Cavazzano

"Tutto qui? La produzione filatelica italiana dedicata ai fumetti è solo questo?" verrebbe da domandarsi.

Si, è tutto qui.

Ma fortunatamente il collezionismo filatelico

annulli postali dedicati al fumetto si riveli particolarmente impegnativa. Innanzi tutto occorre sapere che esistono timbri postali (più precisamente annulli postali) che possono rientrare nella nostra sfera di interesse sulla base del motivo e del soggetto. Ad esempio, un annullo postale emesso per celebrare Lucca Comics & Games è un annullo “per motivo” perché è stato posto in uso esattamente per un motivo:

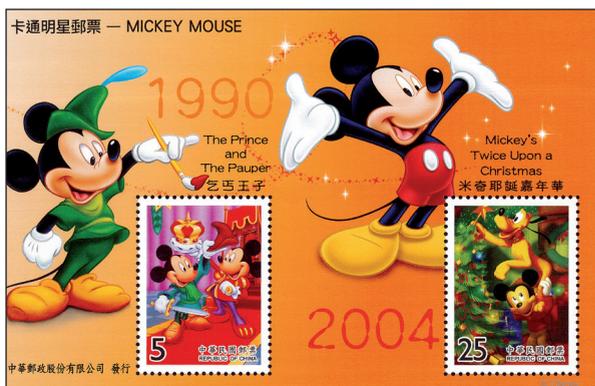
celebrare un avvenimento attinente ai comics. I primi annulli dedicati alle manifestazioni lucchesi non proponevano immagini o loghi, ma si limitavano ad alcune scritte all'interno dell'annullo. È solo sulla base di queste scritte che diventano attinenti alla tematica sui fumetti.

L'altro filone, cioè degli annulli “per soggetto”, può essere esemplificato con un aneddoto. Lo scorso 31 marzo 2018 a Vignola (MO) venne usato un annullo per celebrare la 49ª Festa dei ciliegi in fiore. Questo annullo non era stato pensato per celebrare un avvenimento attinente ai comics, tuttavia, grazie alla diffusione tramite la stampa specializzata dell'immagine del bozzetto, era possibile supporre che dietro ci fosse la mano di un noto disegnatore di fumetti. Internet è stato decisivo per chiarire ogni dubbio: in un trafiletto era affermato che l'autore del bozzetto dell'annullo era niente meno che Roberto Baldazzini.

L'annullo di Vignola rientra a pieno titolo tra quelli inerenti la nostra tematica sui fumetti, è un annullo “per soggetto” perché il soggetto è chiaramente una illustrazione realizzata da un noto fumettario.

Chi avesse deciso di raccogliere materiali per montare una tematica sui fumetti sarà costretto allo spoglio dei cataloghi degli annulli postali italiani celebrativi e commemorativi per cercare di individuare i tratti caratteristici di altri disegnatori. Sarà un lavoro lungo e pieno di insidie ma, lo sappiamo tutti, la ricerca è linfa vitale di ogni genere di collezionismo.

Inoltre non è proprio così semplice, automatico e definito individuare gli annulli attinenti una tematica filatelica sui fumetti. L'opera alla



Emissioni di Taiwan (Topolino, 3/8/2005) e Argentina (foglietto celebrativo umorismo e fumetti argentini, 3/8/1991)



quale si accinge il collezionista è ciclopica: limitandosi alla sola produzione nazionale,



Francobollo celebrativo del cinema italiano del 10/5/2002 dedicato al film Miracolo a Milano di Zavattini

ocorrerà visionare migliaia di annulli sapendo che la categoria “a soggetto” è quella più complicata, più insidiosa, perché vi sono diverse altre casistiche e perché occorre stabilire a priori qualche regola comportamentale.

Una regola che aiuta a circoscrivere la ricerca è, ad esempio, la scelta di escludere gli annulli riferiti a persone o ad avvenimenti che sono stati il soggetto di

qualche graphic novel. Seguendo questa regoletta, il ricercatore escluderà, per esempio, gli annulli dedicati al grande Totò, anche se l'attore è immortalato in alcune storie a fumetti, mentre dovrà includere un annullo su Totò qualora sia stato disegnato da un fumettario. Anche in questo caso abbiamo un esempio con l'annullo postale in uso a Paternò (CT) l'11 maggio 2018 in occasione della mostra Totò e il suo linguaggio cinemato-

grafico. Questo annullo è stato disegnato da Fabio Celoni, un autore Disney. Come nel caso dell'annullo vignolese disegnato da Baldazzini, partendo dall'immagine del bozzetto dell'annullo è stato possibile avere la conferma di chi ne fosse l'autore.

Un altro dubbio è relativo alle persone che hanno attinenza col mondo del fumetto e dell'illustrazione: un annullo su Cesare Zavattini va incluso nell'elenco degli oggetti da acquisire oppure no? E un francobollo su Cesare Zavattini? È facile convenire che si debbano includere entrambi (annullo e francobollo), tenendo conto che Zavattini è stato un saggista nella Disney Mondadori. Quindi è altrettanto scontata l'attinenza con fumetti e illustrazione di francobolli e annulli recentemente dedicati a Giovannino Guareschi.

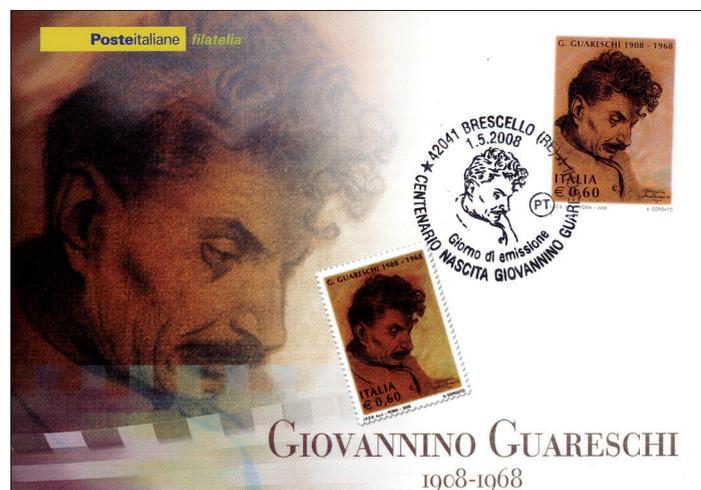
A questo punto abbiamo chiarito che reperire materiali per costruire una raccolta filatelico-tematica sul fumetto presenta qualche complicazione inattesa. La ricerca di altri oggetti postali e della produzione estera confermano ancora una volta quanta pazienza sia necessaria e, soprattutto, segnalano l'assoluta necessità di circoscrivere l'ambito del proprio



Affrancatura meccanica pubblicitaria francese con Lucky Luke

interesse. Decidere di collezionare francobolli e qualunque oggetto postale attinente al mondo dei comics senza avere preventivamente stabilito dei limiti, finirebbe per rivelarsi una scelta costosissima, eccessivamente impegnativa e poco gratificante. Quindi occorre avvicinarsi al collezionismo filatelico con la cautela e la pazienza necessarie, sapendo di poter contare sull'esperienza e sulla disponibilità dei collezionisti più esperti in grado di dare aiuti, consigli e suggerimenti in maniera totalmente gratuita, il che non guasta.

In linea di principio la rete dei collezionisti funziona benissimo. Oltre allo scambio di informazioni, il contatto con altri collezionisti consente la segnalazione di oggetti offerti nelle vendite, sia sui tradizionali cataloghi che online. Le affrancature meccaniche qui riprodotte



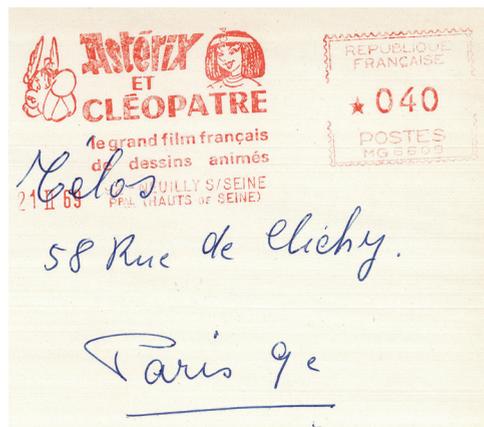
Italia, emissione celebrativa per il centenario della nascita di Giovannino Guareschi

sono state acquisite in una vendita on-line grazie a questo genere di segnalazioni

Anche se ognuno è libero di raccogliere quello che vuole e con le modalità che preferisce, è opportuno sapere che se in una collezione presentata in un concorso sono proposti francobolli emessi da uno dei numerosi Stati o Amministrazioni autonome dalla dubbia reputazione postale... i giudici storcono il naso. L'assioma è che il francobollo deve essere emesso per assolvere una tassa o un diritto necessari a inoltrare la corrispondenza. Se questo rapporto è squilibrato, siamo in presenza di emissioni speculative, immesse sul mercato solo per abbindolare i collezionisti. Prendiamo ad esempio Grenada, l'isola caraibica.

Grenada è uno Stato sovrano, dotato di un proprio Parlamento e con un proprio capo di Stato, che è la Regina Elisabetta, e conta circa 120.000 abitanti. Facile immaginare quanto sia ridotto il traffico postale all'interno dell'isola e verso l'estero. Ebbene, contando le sole emissioni postali dedicate ai personaggi Disney, dal 1979 al 2002 raggiungiamo la cifra di 424 francobolli. Una media di 18,5 francobolli all'anno dedicati al mondo Disney! Intendiamoci, ognuno è libero di acquistare di questi francobolli, ma è importante la consapevolezza che, se volesse liberarsene, l'apprezzamento mercantile sarà molto limitato.

Per concludere degnamente questa breve incursione nella filatelia ci piace rammentare

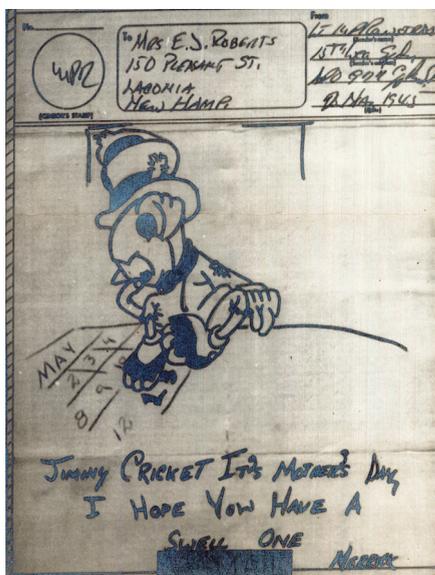


Affrancatura meccanica pubblicitaria francese con Asterix et Cléopâtre

subordinati a quelli di armi e vettovagliamenti. Ma se c'è un problema... ci deve essere anche una soluzione, e la soluzione trovata dalla Gran Bretagna risultò efficace.

In pratica, accadde che ai militari fosse consigliato/consentito di approntare la loro corrispondenza su moduli cartacei di un particolare formato. Questi moduli, una volta completati del testo e dell'indirizzo del destinatario, venivano sottoposti a microfilmatura e le relative pellicole inoltrate via aerea nei centri di stampa e smistamento in Usa e in Gran Bretagna. Il messaggio stampato, che si presentava come una fotografia realizzata su carta leggera (appositamente predisposta dalla Kodak), veniva quindi imbustato e instradato ai destinatari.

Per dare un'idea della semplificazione con-



V-Mail (Usa) con le immagini del Grillo Parlante e con una breve storia a fumetti di Sinbad il marinaio. Entrambe le V-Mail sono state disegnate da militari impegnati nelle zone di guerra durante il secondo conflitto mondiale



un altro oggetto postale che, in genere, impreziosisce ogni collezione tematica. Si tratta delle V-mail statunitensi, che in Gran Bretagna sono denominate *Airgraphs*. Nomi diversi, ma medesima funzione.

Durante la Seconda Guerra mondiale, i volumi di posta in partenza e in arrivo nelle zone di guerra erano imponenti e ogni ritardo nella consegna della corrispondenza ai militari impegnati nei diversi scenari influiva negativamente sul morale delle truppe. Purtroppo ogni sforzo per migliorare il servizio di posta militare non rispondeva alle attese. Anzitutto, le azioni belliche nemiche rallentavano i trasporti, inoltre i trasporti postali erano

sentita da tutto questo lavoro, è sufficiente sapere che 30 sacchi di posta (circa 700 kg) corrispondevano al contenuto di una pellicola microfilmata del peso di 100 grammi.

Tra le innumerevoli V-mail ve ne sono alcune, abbastanza rare ma ancora reperibili a costi accessibili, che possono rientrare a pieno titolo nella nostra tematica sui fumetti.

Infine il programma delle emissioni postali italiane 2019: lo scorso 25 gennaio un comunicato stampa del MiSE ha annunciato un'emissione dedicata a *Paperino*, quale riconoscimento della produzione e sviluppo del fumetto Disney in Italia. Purtroppo non sono note la data dell'emissione e le caratteristiche

tecniche, quasi che fosse un segreto di Stato! In molti altri Paesi, ad esempio il Belgio, le immagini dei francobolli sono diffuse con largo anticipo sulla data di emissione, ma in questo caso abbiamo una brutta notizia. Nel 2019 si festeggiano i 90 anni di *Tintin* e nel programma filatelico belga non vi è alcun accenno a un'emissione celebrativa. E pensare che il Belgio ha tutt'altra considerazione delle BD rispetto al nostro Paese....

Sitografia filatelica, tanto per iniziare:

<https://www.poste.it/filatelia.html>

Poste Italiane, filatelia

<https://www.bephila.be/bephila/intro/>

Poste Belgio, filatelia

<https://www.laposte.fr/collection-philatelie>

Poste Francia, filatelia

<https://disnimation.wixsite.com/doss>

Sito Disneyana, uno dei principali riferimenti

<http://www.cift.it/>

Sito CIFT- Centro Italiano Filatelia Tematica



Belgio, emissione (libretto 10 francobolli) dedicata a Tintin del 22/4/2014