

# EL «LANZAMIENTO» DE LAS NOVEDADES

Cómo nacen los sellos

Hemos acompañado al sello a través de todas las operaciones complejas de su fabricación, por las que una hoja de papel o una bobina se transforman en determinada cantidad de valores postales de bordes dentados, engomados y listos para ser vendidos a los coleccionistas y a los usuarios postales. Ahora hemos de hablar de su verdadero nacimiento, es decir de su «emisión».

Mientras los dibujantes crean los bocetos, mientras los técnicos aprestan las planchas, mientras las rotativas entregan las hojas todavía cubiertas de tinta fresca, se está llevando a cabo una serie distin-

ta de operaciones: las burocráticas y de mercado. En el campo burocrático, es necesario que el sello, en la medida en que es un papel-valor del Estado, sea regularmente autorizado por las entidades legislativas y administrativas. La autorización se concreta en casi todas partes mediante la publicación de unas disposiciones reglamentarias,

*En Italia, cada emisión es acompañada por un boletín que reproduce en colores los sellos (a la izquierda) y, si se trata de un valor «conmemorativo», va precedida por un decreto ministerial (a la derecha).*

ya se trate de una ley o de un decreto, firmados por el jefe del Estado y por uno o más ministros. En España, es a través de una Orden ministerial, hoy, de acuerdo con la legislación vigente, que firma el ministro de la Presidencia, de conformidad con la propuesta hecha por la Comisión de Programación de emisiones de sellos, regulada por la Orden de la Presidencia de 11 de septiembre de 1981 («B.O. del E.» núm. 223, de 17-9-1981).

En cuanto al mercado, se trata de una operación que se desarrolla en dos planos paralelos: por una parte es preciso hacer que se distribuya



EMISSIONE DI QUATTRO FRANCOBOLLI PER LA MANIFESTAZIONE MONDIALE DEI VII GIOCHI OLIMPICI INVERNALI IN ITALIA (25 Gennaio - 5 Febbraio 1968)

L'Amministrazione delle Poste e delle Telecomunicazioni ha disposto, per il 24 gennaio 1968, l'emissione di quattro francobolli da L. 10, 12, 25 e 60 a ricordo dei VII Giochi Olimpici Invernali di Cortina d'Ampezzo.

I francobolli prodotti sono stampati in rotocalco, su carta bianca, liscia, con filigrana formata di piccole stelle a cinque punte e nel formato carta mm. 40 x 24 e formato stampa di mm. 37 x 21; densità: 14.

Le figure, disegni dell'ing. Corrado Menotti di Roma, raffigurano i quattro grandi impianti sportivi del C.O.N.I. e, precisamente: «Trasolino Italia» (L. 10), «Stadio dello Sci» (L. 12), «Stadio del Ghiaccio» (L. 25), «Pala di Montina» (L. 60).

I francobolli prodotti saranno validi per l'affrancatura delle corrispondenze a partire il 11 dicembre 1967.

Roma, 24 gennaio 1968.

I Giochi Olimpici Invernali stanno al complesso dell'Olimpiade, antica e moderna, come l'Oceania sta agli altri continenti. Ma si perdono questa innocente similitudine, di cui mi valgo per attribuire alle gare olimpiche della neve e del ghiaccio quell'aggettivo nuovissimo che geograficamente attribuisce al continente australiano, nei rispetti del ruolo che assegna all'Olimpiade Moderna o «decobertiniana» e dell'antica, che è peculiare dei veri «Giochi di Olympia».

I Giochi d'Inverno sono dunque gli ultimi venuti nel dilatato mondo dello sport. Sulla fine del secolo scorso, quando le Olimpiadi rinacquero, grazie alla fervida attività del barone Pierre Frédy De Coubertin, gli sport della neve e del ghiaccio erano appena in fiore, tranne in quei Paesi di Scandinavia dove forse nacquero e dove furono considerati a lungo quasi alla stregua di un genere di monopolio. E proprio in questa forma di gelosia che sono racchiuse le ragioni intime del risentito avvento dei Giochi d'Inverno.

Se difatti appare logico che nel 1896 non si potesse ancora pensare a gare di sport invernali, particolarmente ad Atene, se ancora può sembrare giustificata la loro mancata inclusione nel programma della II e della III Olimpiade, per le vicissitudini e il lungo travaglio elaborativo della loro organizzazione, data in cambio legittimo e giustificato stupore la completa assenza di gare invernali dal programma 1912 di Stoccolma, una delle tre Capitali di questi sport, dopo che gare olimpiche di pattinaggio su ghiaccio avevano avuto luogo nel 1908, a Londra, riportandovi il più schietto e più promettente dei successi.

BOLLETTINO N. 35 - 1968 - PARTE SCIENZA

## LEGGI - DECRETI - ORDINANZE

### CARTE VALORI POSTALI

DECRETO MINISTERIALE 19 giugno 1968. — Valore, caratteristiche tecniche e termini di validità e di cambio del francobollo commemorativo di Francesco Baracca. («Gazzetta Ufficiale» del 20 novembre 1968, n. 295).

IL MINISTRO PER LE POSTE E LE TELECOMUNICAZIONI

IN CONCORDO CON  
IL MINISTRO PER IL TESORO

Visto l'art. 21 del codice postale e delle telecomunicazioni, approvato con il regio decreto 27 febbraio 1936, n. 645;

Visto l'art. 239 del regolamento per i servizi postali (titolo preliminare e parte prima), approvato con il regio decreto 18 aprile 1940, n. 689;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 11 marzo 1968, n. 527, con il quale è stata autorizzata la emissione di alcune serie di francobolli celebrativi e commemorativi per l'anno 1968;

Decreta:

Art. 1. — E' emesso un francobollo commemorativo di Francesco Baracca nel cinquantesimo anniversario della morte, nel valore da L. 25.

Detto francobollo è stampato in rotocalco, su carta fluorescente, non filigranata; formato carta: mm. 40 x 24 formato stampa: mm. 36 x 20; la dentellatura è formata da 14 dentelli su due centimetri; tiratura: 18 milioni di esemplari; quantum: 50 esemplari; quadricomia.

La vignetta, che poggia sul lato lungo il formato, una composizione formata dall'immagine del maggiore Baracca che campeggia a destra del francobollo e si volge verso la sintesi di un'impresa aerea riprodotta da un bozzetto del pittore futurista Giacomo Balla, ammiratore e contemporaneo dell'Eroe. Nell'angolo a destra, sopra la figura del Baracca, il suo nome «FRANCESCO BARACCA» e dietro la testa, lungo il lato destro, le date di nascita e di morte «1888-1918». Lungo la base, a sinistra, sotto la pittura del Balla, l'altra leggenda «POSTE ITALIANE L. 25».

Art. 2. — Il francobollo di cui all'art. 1 del presente decreto sarà valido agli effetti postali a tutto il 31 dicembre 1969 e sarà ammesso al cambio, purché non sciupato né perforato, a tutto il 30 giugno 1970.

Il presente decreto sarà registrato alla Corte dei conti e pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana.

Roma, addì 19 giugno 1968

Il Ministro per le poste e le telecomunicazioni: SPAGNOLA

Il Ministro per il tesoro: COLASIBI

Registrato alla Corte dei conti, addì 11 ottobre 1968  
Registro n. 47 Poste e telecom., foglio n. 231



## The Post Office presents an interesting companion to the souvenir tankard.



Whenever a right Royal occasion occurs people naturally like to have a little something to remember it by. So we thought we'd celebrate the Prince of Wales' Investiture with a special commemorative issue. It's a collection to suit the other collector's pieces.

We think you'll find it an interesting one because it does, in fact, provide you with a miniature history of the Investiture. And in line with previous issues we're selling the stamps in a presentation folder.

There are five stamps this time. All of them the work of David Gentleman, who has designed a number of stamps for us including the Bank of Hastings issue commemorating 1000 and all that.

The three five-penny stamps—in silver and black—feature aspects of Caerwynn Castle, where the Investiture is always held and where, some historians say, Edward II, the first Prince of Wales, was born in 1284.

The gold stamp shows an ancient Celtic Cross which nowadays is housed in the Morgan Abbey Museum, near Port Talbot in Glamorganshire. Morgan Abbey itself is in ruins. It was built in 1127 and was home to a community of Cistercian monks.

Finally, the one shilling stamp. This is unusual in that it's one of the few recent British stamps based on an actual photograph. The photograph of the Prince of Wales was taken at Buckingham Palace by Geoffrey Agnew, official photographer to the National Portrait Gallery.

And there you have our best issue. Five little bits of history. And a folder full of information. An issue that's well worth getting. Or giving for that matter.



A la izquierda: uno de los anuncios publicitarios en los periódicos británicos, puesto por la administración postal de Londres con motivo del lanzamiento de una nueva serie. Aquí arriba: el sello del primer hombre en la Luna es presentado por los tres astronautas y el Ministro de Correos de los Estados Unidos.

el sello nuevo a todos aquellos (oficinas postales, estancos, etcétera) que deben encargarse de la venta con fines de franqueo postal; por otra parte es necesario «lanzar» el sello al mercado filatélico, acompañando la emisión con una campaña publicitaria. Todas las administraciones con cierto grado de seriedad se organizan de tal modo que cada sello esté disponible en todo el territorio nacional desde el primer día; en muchos países, además (y esto no implica desmedro para su seriedad filatélica) se lleva a cabo una especie de «venta anticipada»: algunos días antes de la emisión «nacional», el sello se pone en venta en una o más oficinas, particularmente organizadas para satisfacer las exigencias del mercado filatélico.

Esto responde a la necesidad de dar satisfacción a las numerosas demandas de sobre mataselladas en el mismo día de la emisión; recordemos que la validez postal efectiva sólo comienza a serlo en la fecha de la venta nacional. Este procedimiento ha sido adoptado, por ejemplo, en Austria. En otros países, como Francia y los Estados Unidos, la validez comienza el día mismo de la «venta anticipada», la cual se lleva a cabo en alguna localidad relacionada en cierta medida con el tema del nuevo sello y, en general, da pie a manifestaciones más o menos solemnes. En este caso las operaciones de matasellado con la fecha de emisión se llevan a cabo también en los días inmediatamente sucesivos. También en Gran Bretaña, en Italia, en Ale-

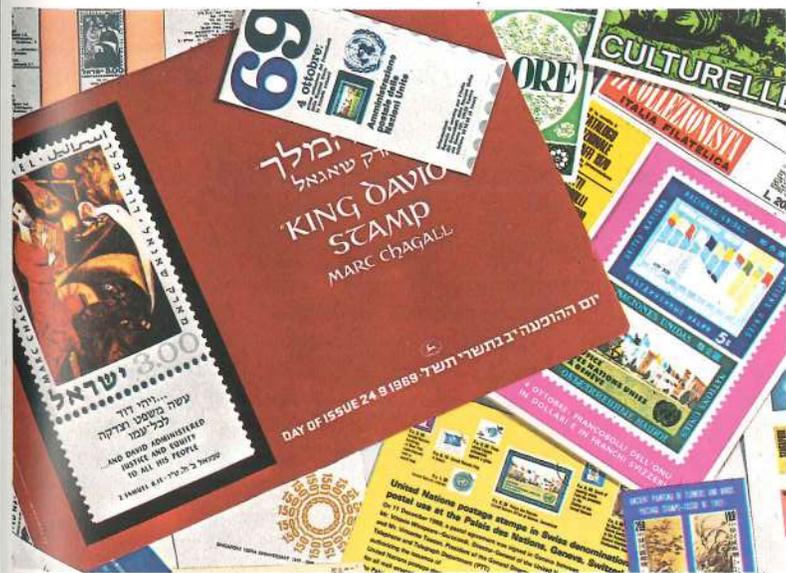
mania y en muchos otros países en los que no existe la venta anticipada, el matasellos «primer día» se utiliza incluso después de la fecha de emisión. Una demanda importante de sellos recién emitidos, ya se trate de ejemplares nuevos o de «anulados primer día» está relacionada con un buen «lanzamiento» publicitario. Por lo común esa campaña corre a cargo de oficinas especializadas que existen en todas las administraciones postales: la última «novedad» filatélica se ilustra y subraya a través de comunicados, fotografías y despleables, muy elegantes en casi todos los casos, que son enviados a los periódicos, a las publicaciones especializadas, a los comerciantes, a los coleccionistas. En otras circunstancias, no obs-

tante, el correo prefiere confiar el «lanzamiento» a unas oficinas o agencias especializadas. La mayor de estas empresas es la de los «Agentes de la Corona», que tiene su sede en Londres. Se trata de una organización que en sus orígenes se ocupaba de las incumbencias más diversas por cuenta de los numerosísimos territorios coloniales que formaban parte del imperio británico: desde la adquisición de whisky para la bodega del gobernador hasta la impresión y la venta de sellos, precisamente. En los últimos años, ya concedidas las autonomías a casi todas las antiguas colonias británicas, los «Agentes de la Corona» continúan operando por cuenta de muchísimos gobiernos. En el ámbito de la Filatelia se ocupan de la producción, el lanzamiento y la venta «al por mayor» de los sellos de alrededor de 60 administraciones postales.

A un tipo distinto de organización pertenecen las «agencias» que se encargan de lanzar y vender los sellos de uno o más países en el campo de un solo mercado nacional: Israel, Liechtenstein, China Nacionalista, Chipre, por ejemplo, están representados en diversos países, principalmente en Francia, Italia, Alemania Federal, etcétera. Por otra parte, a menudo ocurre que los sellos más bonitos sean precisamente los emitidos por países cuyas administraciones postales disponen de una organización de mercado particularmente eficaz y dinámica: los hombres que tienen

a su cargo la tarea de «vender» las emisiones nuevas pretenden que éstas estén realizadas con el mayor de los cuidados posibles, utilizando bocetos e ideas modernas y de buen gusto, además de unos procedimientos gráficos de avanzada. Estos objetivos exigen que se ponga en marcha una coordinación estrecha entre los bocetistas, los impresores y las agencias que se ocupan de la propaganda de la «novedad». Así hemos llegado a la «emisión» del sello, que ahora se halla al alcance de las manos y de los ojos de los usuarios y de los coleccionistas, y cuyas reproducciones —ya sean en blanco y negro o en color— aparecen en centenares de periódicos y revistas. Al cabo de pocos meses aparecerá reproducido y cotizado en los catálogos; si, con el paso de los años, su precio aumenta, se deberá al trabajo de quienes se ocuparon de su emisión.

*Revistas, «posters», despleables son algunas de las muchas formas de publicidad adoptadas para el lanzamiento de las «novedades».*  
*A la derecha: la sede de Crown Agents, en un suburbio de Londres. Desde ese edificio salen hacia todo el mundo millones de sellos de muchos Estados.*





## METODOS MODERNOS DE DISTRIBUCION

*Israel, Formosa y Liechtenstein son tres de los nueve países cuyos sellos se venden en Italia a través de una agencia especializada que forma parte de la firma Bolaffi de Turín. El sistema de las agencias locales especializadas es adoptado por las administraciones postales organizadas de acuerdo con unos criterios comerciales de gran funcionalidad.*