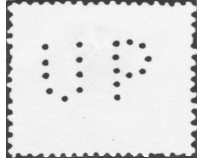


Een reclame-perfin

(Door Jan van Riel; uit: Perfinpost nr. 131, november 2019)

Unione Pubblicità Italiana heeft een perfin met alleen de eerste twee initialen U P.



Afbeelding 1: de perfin UP

De gebruiksperiode loopt van 1918 t/m 1923, slechts een korte tijd.



Afbeelding 2: UP-perfinkaart uit maart 1921.

De prentbriefkaart is gefrankeerd met 40 centesimi waarvan alleen de 10 centesimi het firmaperfin heeft. De kaart is afgestempeld in Gardone Riviera op 24-3-1921. Waarschijnlijk had een medewerker nog een zegel op zak voor binnenlands gebruik, maar naar Duitsland moest er 40 centesimi op.

De oorspronkelijke naam van dit Zwitserse bedrijf was Haasenstein & Italia Vogler.

In 1886 opende het reclamebureau een filiaal in Turijn. Twee jaar later verhuisde de vestiging naar Milaan. In 1889 werd in Rome ook een filiaal geopend.

In 1895 wist de van Ticino afkomstige directeur Ercole Lanfranchi het reclamebeheer van de 'Corriere della Sera' over te nemen. Hij introduceerde de 4^e pagina, speciaal gemaakt voor advertenties en annonces, bij dit blad.

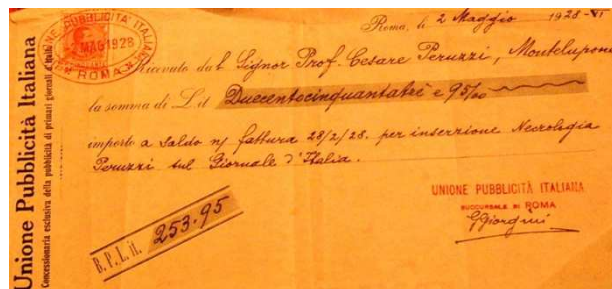
In 1903 werden de vestigingen samengevoegd tot één bedrijf in Milaan.

In 1916 tijdens de eerste wereldoorlog was een Duitse naam voor een van oorsprong Zwitsers bedrijf contraproductief. De naam werd gewijzigd in 'Publicitas' en de Italiaanse vestiging werd omgedoopt tot 'Unione Pubblicità Italiana'. Het werd de belangrijkste concessiehouder in reclamebeheer tussen twee wereldoorlogen.



Afbeelding 3: factuur van de Unione Pubblicità Italiana uit november 1925

Afbeelding 4: Ontvangstbevestiging van de Unione Pubblicità Italiana uit mei 1928



Aan de basis van dit succes stond de hechte relatie met het fascisme uitgedragen door het blad 'Il Popolo d'Italia'. Het commerciële succes was zo groot dat op de 10^e verjaardag van de 'Mars op Rome' door Mussolini, de krant uitkwam met een gratis bijlage van 80 pagina's in rotogravure om dit te vieren.



Afbeelding 5: propaganda-affiche, uitgegeven door de UPI

De U.P.I. speelde een belangrijke rol in de Italiaanse propaganda in het buitenland. Het werd de organisator van reclame in het buitenland voor Italiaanse producten, toerisme, tentoon-stellingen, beurzen en evenementen. De U.P.I had ook te maken met de campagne van het Fascistische regime tegen de sancties welke door de Volken-bond waren opgelegd aan Italië. Ze maakten ook reclame voor de 'Esposizione Universale di Roma' die gepland stond voor 1942.

In de dertiger jaren was de U.P.I. de maker van het grootste aantal reclamecampagnes in Italië. Tijdens de Italiaanse Sociale Republiek (R.S.I.) vluchtte de sleutelfiguur van de U.P.I. Ercole Lanfranchi naar zijn geboorteland Zwitserland.

In het begin van 1945, toen Italië nog steeds in tweeën verdeeld was, richtte Carlo Momigliano in Rome de 'Società per la Pubblicità in Italia' op (de S.P.I.) voor de kranten die tot 8-9-1943 in centraal Zuid-Italië door de U.P.I. werden beheerd. Aan het einde van de oorlog kwamen Lanfranchi en Momigliano overeen om de twee bedrijven samen te voegen in de S.P.I.

Naast de kranten waarin hun advertenties stonden had de U.P.I. ook een aantal dochterondernemingen opgezet of overgenomen, zoals de SICAP die reclame maakte voor o.a. Eridania, La Nazione en Il Resto del Carlino. De SICAP werd in 1954 weer verkocht aan Oscar Maestro en werd de SPE.

Bij de dood van Carlo Momigliano nam de familie Lanfranchi de aandelen van de erfgenamen over. In de jaren 90 werd het bedrijf opgeheven.

Bronnen:

Internet en Perfin Catalogus Italië van J. van Riel