

STORIE UN PO' FILATELICHE

L'auto del popolo che nacque in Italia

di **GIORGIO LEANDRO**

L'autovettura abbordabile per tutti trovò i suoi primi promotori in Mussolini nel 1933 e poco dopo Hitler, nel 1934, anche se la sua *Volks Wagen* arrivò solo nel 1939, a pochi mesi da una guerra che fu subito mondiale

La rivoluzione industriale lanciata da Henry Ford a inizio Novecento, che introdusse nell'industria automobilistica la catena di montaggio innovativa ed economica, spinse i principali costruttori mondiali ad adeguarsi tecnologicamente.

In Italia Giovanni Agnelli inaugurò il nuovo stabilimento tayloristico del Lingotto nel 1922 per portarlo a regime all'inizio degli anni trenta. Purtroppo, o per fortuna, ciò coincise con la grave crisi finanziaria mondiale susseguente alla caduta della borsa americana. Il piano anti crisi messo in atto per salvare l'azienda conciliò intelligentemente una drastica riduzione dei costi con l'ideazione di una nuova auto utilitaria vendibile a basso prezzo in un nuovo contesto economico meno disponibile. Una vettura capace di motorizzare l'Italia dove all'epoca vi era un'auto ogni 220.000 abitanti; doveva essere semplice, comoda, affidabile, avere bassi costi manutentivi e prezzo abbordabile.

Per facilitare il tutto occorre- vano però opportune agevolazioni statali per cui l'Avvocato si procurò un in-

contro con il Duce allo scopo di sostenere il progetto della nuova auto "508", realizzata per il popolo e battezzata furbescamente con il nome glorioso della giovinezza fa-

scista: *Balilla*, come i ragazzi mussoliniani che avrebbero dovuto dimostrare lo stesso coraggio di Giambattista Perasso, il giovane che si ribellò all'invasione francese di Genova.

Da abile stratega Benito Mussolini concesse l'esonero dal pagamento della tassa di circolazione, fino al 1933, per tutte le utilitarie nazionali motorizzate fino a 12cv e di prezzo inferiore alle 12.000 lire.

Il 12 aprile del 1932 la *Balilla* debuttò al Salone dell'Automobile di Milano al prezzo di 10.800 lire (contro prezzi base di 28.000 lire per Alfa Romeo o di 32.000 per Lancia) con pagamenti rateali per i meno abbienti. Lo slogan pubblicitario adottato fu: "*L'automobile verso il popolo, il dono di Fiat agli italiani*".

Per la casa torinese fu l'anno della svolta!

Il manifesto pubblicitario disegnato da Plinio Codognato, tradotto in cartoline, volantini, etichette per dischi, immortalò davanti alla vettura un balilla in camicia nera con un sasso in pugno e fu il vero simbolo della campagna di marketing.

Parallelamente in Germania, nell'inverno del 1933, Adolf Hitler promise l'abolizione della tassa di circolazione sulle nuove vetture, unitamente a un potenziamento delle reti autostradali, sicuramente pensando già a quanto avrebbe dichiarato di lì

a pochi mesi.

Difatti la storia del *Maggiolino* iniziò nel 1934, quando il Fuhrer annunciò al salone di Berlino la sua scelta di mettere in commercio un'auto per tutti, convinto che l'automobile non dovesse essere un privilegio per benestanti ma un appannaggio del popolo. In quegli anni le autovetture, almeno in Europa, non avevano prezzi accessibili al cittadino medio e in Germania ve ne era una ogni 50 abitanti mentre in USA una ogni cinque.





L'ideazione di un'auto per il popolo fu un mezzo propagandistico enorme per Hitler al quale portò milioni di consensi; egli dichiarò:

"Finché l'automobile resterà privilegio esclusivo della classe benestante, per tutti gli altri milioni di bravi lavoratori... sarà amara la sensazione di sentirsi esclusi dalla possibilità di utilizzare questo mezzo di trasporto, che non soltanto potrebbe essere loro utile, ma potrebbe anche essere fonte di felicità e gioia nelle giornate di festa. Dobbiamo togliere all'automobile il carattere di privilegio e il valore di spartiacque che ha assunto tra le fasce sociali! ...voglio vedere una macchina prodotta in serie che possa essere acquistata da chiunque si possa permettere una motocicletta. Dobbiamo arrivare ad avere un'auto per il popolo!"

In un'ottica di nazionalizzazione per la quale l'influenza americana era il nemico da combattere, occorreva sbaragliare la concorrenza dell'obsoleta ma economica Opel P4 commercializzata a 1450 marchi, in quanto quest'ultima apparteneva alla società statunitense General Motors.

A Ferdinand Porsche, da lui definito *"il più famoso progettista di tutti i tempi"*, Hitler affidò l'incarico di progettare e costruire la *Volkswagen* (auto del popolo) a patto che rispettasse determinate caratteristiche e regole: viaggiare comodamente sulle prime autostrade, capacità di trasportare 5 persone o tre soldati e un mitragliatore, viaggiare oltre i 100 km/h consumando in media 7 litri per 100 km e non avere un prezzo superiore a 1000 marchi (un operaio all'epoca ne guadagnava in media 130 al mese).

In verità Porsche copiò i primi prototipi Tatra V570, un'auto prodotta nell'allora Cecoslovacchia e disegnata dall'ingegnere Hans Ledwinka il quale pensò che un motore posteriore avrebbe portato notevoli vantaggi (minori vibrazioni e rumore, maggior abitabilità, miglior distribuzione pesi) e che il motore stesso raffreddato ad aria anziché ad acqua ne avrebbe giovato. Il brevetto di Porsche fu in seguito contestato da Tatra che si vedeva derubata delle proprie opere di ingegno e solo nel 1961 la legge le diede ragione obbligando

la Volkswagen al pagamento di un cospicuo indennizzo.

Porsche, che per l'occasione si era iscritto al partito nazionalsocialista, faticò notevolmente per sviluppare prototipi capaci di soddisfare i vincoli del Führer, in particolare il contenimento dei costi indispensabile a mantenere basso il prezzo di vendita finale. Pertanto non riuscì a presentarli al pubblico entro la data fissata del 1935.

In realtà Hitler utilizzò l'insuccesso a proprio favore attaccando l'incapacità dell'intero settore automobilistico industriale preparandosi il terreno per una futura mossa inattesa. In ottobre 1936 finalmente arrivarono i primi tre prototipi, ma essendo stati costruiti manualmente si ruppero durante i test. Il comparto automobilistico tedesco, comprovando l'impossibilità di produrre un'auto a un costo minore di 1000 marchi, cercò di esautorare Porsche e prendere in mano direttamente la situazione.

Hitler decise allora di scavalcare l'intero settore automobilistico nazionale allocando l'intero progetto di industrializzazione Volkswagen alla KdF (Kraft durch Freude, Forza tramite gioia) che in pratica era l'organizzazione del dopolavoro del partito nazista la quale aveva sostituito totalmente i sindacati.

A capo di tale organizzazione del lavoro e della comunicazione del 3° Reich vi era il dott. Robert Ley, meglio noto tra gli Alleati come *"l'ubriacone del Reich"* a causa delle sue pazzie e dei suoi vizi. Non è casuale quindi la cartolina che lo raffigura mentre tiene un comizio, completata da un testo studiato appositamente dai Servizi Segreti inglesi del S.O.E. capace di denigrarlo e di istigare gli animi della popolazione contro di lui.

Tra le tante attività il KdF promuoveva viaggi turistici, eventi sportivi e culturali sia per i lavoratori che per le truppe di ritorno dal fronte. A tal proposito vennero costruite grandi navi da crociera e complessi ricettivi come il Colosso di Prora ove



**Der Normalverbraucher
und Reichswohnungskommissar
Reichsleiter Dr. Robert Ley
im „Angriff“ vom 12. Oktober 1943:**

„... Wir Nationalsozialisten kennen keinen „Diplomatenhaushalt“. Jeder, ob Reichsminister oder Reichsleiter, muß genau so von seinen Karten leben wie der einfache Arbeiter, Handwerker und Bramer. Aber selbst die Normalkarte reichte, für alle, denn ich probiere sie täglich aus, da auch ich zu den Normalverbrauchern gehöre.“

(Siehe umseitig)

avrebbero alloggiato migliaia di persone.

La KdF quindi avrebbe sostenuto i costi per la costruzione di un nuovo stabilimento, attingendo dai propri fondi costituiti dai versamenti mensili dei lavoratori tedeschi. La vettura sarebbe stata commercializzata direttamente, senza intermediari, e il prezzo sarebbe rimasto al di sotto dei 1000 marchi poiché non vi sarebbero stati costi indiretti.

Il 26 maggio del 1938 iniziarono i lavori per edificare la nuova fabbrica denominata KdF Stadt, da dedicare alla produzione della nuova auto, posta a Fallersleben, in Bassa Sassonia nei pressi del castello di Wolsburg, vicino a Berlino.

Data la bellezza della zona si fece molta attenzione all'integrazione dell'industria con il territorio circostante dove si costruì un centro abitato in grado di alloggiare fino a 90.000 abitanti: nacque la fabbrica più grande al mondo il cui nome aziendale Volkswagen (auto del popolo) rendeva onore al previsto finanziamento popolare.

La missione era di produrre 400.000 automobili, con 18.000 lavoratori al primo anno, per tendere in seguito a 1 milione di veicoli con 30.000 risorse: *"La fabbrica nascerà dalla terra grazie alla forza del popolo tedesco. E dovrà servire a procurargli gioia"*.

A causa dei colossali investimenti necessari all'enorme capacità produttiva richiesta dalla nuova fabbrica, Ley decise che i lavoratori stessi si sarebbero dovuti accollare i costi dell'operazione. Venne quindi proposto agli operai uno schema di accantonamento settimanale: le persone che volevano ordinare la



nuova vettura di famiglia potevano comprare delle cartelle di risparmio su cui applicare dei francobolli di risparmio da cinque marchi fino al raggiungimento del costo dell'auto (si conoscono due tipi di francobolli differenti per colore, rosso o verde).



Per i lavoratori della fabbrica tale esborso settimanale avrebbe consentito di completare l'importante acquisto in quasi quattro anni.

Riassumendo, l'ingegnoso piano del dott. Ley era che gli stessi lavoratori avrebbero fornito il capitale per mezzo di quello che divenne noto come un piano di pagamento "paga prima che tu lo ottenga": cinque marchi a settimana o, se un lavoratore poteva permetterselo, anche dieci o quindici marchi alla volta. Raggiunta la cifra globale di 750 marchi l'acquirente riceveva un numero d'ordine che gli dava diritto a un'auto, non appena disponibile.

Peccato che l'avvento della guerra avrebbe da lì a poco ridotto la produzione a poche migliaia di autovetture e interrotto bruscamente i sogni dei trecentomila tedeschi impegnatisi finanziariamente.



Il nome del maggiolino fu scelto da Hitler in persona facendo ancora riferimento al circolo nazista "KdF Wagen" (Kraft Durch Freude Wagen ovvero Automobili della forza attraverso la gioia):

"La nuova vettura porterà il nome dell'associazione che più si è impegnata nell'esaudire i desideri degli strati più ampi del nostro popolo, KdF."

Nonostante le proteste di Porsche l'orrendo nome restò a caratterizzare una delle più belle e simpatiche auto della storia.

Commercialmente, come previsto, il successo accolse la KdF Wagen al Salone di Berlino nel febbraio 1939, ove fece la sua apparizione ufficiale con la sua innovativa tecnologia: motore a benzina da 1,2 litri di cilindrata raffreddato ad aria e montato nella parte posteriore della vettura, unito a un'ottima abitabilità per i passeggeri favorita dall'ampia carrozzeria.

A commemorazione dello storico evento furono studiati francobolli appositi raffiguranti la nuova auto. Un interessante saggio filatelico non adottato, è oggi conservato nell'archivio della Fondazione del Museo Poste e Telecomunicazioni di Bonn. Nel disegno in bianco e nero era rappresentato il maggiolino con quattro persone a bordo a celebrazione della Mostra Internazionale dell'Automobile e della Moto di Berlino.

Furono proprio gli 825.000 visitatori del salone che decretarono (dal 17 febbraio al 5 marzo) il grande successo di gradimento della KdF, ovvero della Volkswagen, l'auto del popolo.

L'evento venne festeggiato ufficialmente dalle poste tedesche tramite l'emissione di una serie di tre valori raffiguranti rispettivamente Benz e Damier, Mercedes e la nuova KdF, quest'ultima con un francobollo azzurro da 25+10p. Gli stessi vennero riemessi in seguito, opportunamente sovrastampati, a testimoniare le corse automobilistiche di Nurburgring.

Purtroppo nello stesso anno l'inizio della seconda guerra mondiale portò a convertire la fabbrica Volkswagen in produzioni belliche. A causa del conflitto il maggiolino visse positivamente il più duro collaudo pensabile per un'automobile, in qualunque condizione climatica (dalla torrida Africa alla gelida Russia), su qualsiasi terreno (fango, sabbia, neve), che gli permise di essere da riferimento tecnologico per le vetture successive.



La filatelia tedesca continuò a celebrare imperterrita le imprese della simpatica auto dal nome brutto. Ne è un esempio la cartolina postale edita nel 1942 che immortala una veloce KdF intenta a sfrecciare tra le vie della città Volkswagen.

Anche all'estero la vettura fu notata al punto che il *Chicago Daily News* (noto giornale americano dell'epoca) raffigurò Hitler a bordo di un KdF-taxi, guidato dalla morte. La meta era in questo caso l'annessione





della Cecoslovacchia per portare poi morte e devastazione ovunque.

La produzione del maggiolino venne sospesa e Volkswagen riconvertì le produzioni da civili a militari riproporzionando le commesse per il periodo bellico: 55.000 Kübelwagen (versione militare della macchina del popolo) per la Wehrmacht, 15.000 modelli dell'anfibio Schwimmwagen e 1200 Kdf Wagen.

Nel maggio 1945 il comprensorio industriale, gravemente danneggiato dai bombardamenti, passò sotto il controllo degli Alleati che lo ribattezzarono Wolfsburg (dal nome del castello sovrastante la fabbrica) e lo riedificarono. C'era anche un po' di Italia nella storia dell'edificazione di questi fabbricati poiché per la prima costruzione Hitler si fece mandare 1000 operai da Mussolini, e altrettanto accadde nell'ultimo caso, in cui per la ricostruzione ci si avvalse di prigionieri di guerra.

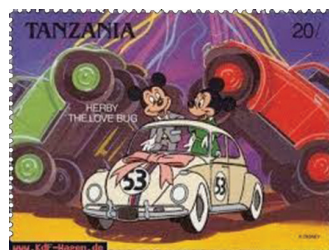
La direzione della fabbrica fu affidata all'ufficiale inglese Ivan Hirst che rilanciò velocemente la produzione per passare poi il timone dell'azienda al tedesco H. Nordhoff (ex manager Opel, grande oppositore di Porsche) che guidò la ripresa del marchio Volkswagen nel mondo fino al 1968: dai 50.000 esemplari di maggiolino (con nome cambiato in *Kafer* ovvero scarafaggio) del 1949 agli oltre 22 milioni di auto vendute in seguito da tutti gli stabilimenti del gruppo.



Fu così che nel 1967 anche l'Italia conobbe il *Maggiolino*, nome scelto dalla pubblicità relativamente alle forme del simpatico insetto; analogamente *Coccinelle* in Francia, *Beetle* in USA e Gran Bretagna.



Oltre a ottenere un enorme successo commerciale, nel 1968 il modello divenne una star del cinema grazie al film *Un Maggiolino tutto matto* prodotto da Walt Disney. Primo episodio di una serie di successo continuata nel 1974 con *Herbie il Maggiolino sempre più matto* e nel 1977 con *Herbie al rally di Montecarlo*, e ripresa nel 2005 con il film *Herbie il super Maggiolino*.



Con la Kdf Wagen Hitler riuscì a realizzare un'auto che nel dopoguerra divenne un'icona di trasgressione giovanile, vissuta con spirito di libertà, indipendenza e contropotere. Un solo modello in grado di contribuire alla crescita a livello globale di un marchio, assemblata in cinque continenti e capace, in 65 anni di commercializzazione, di diventare la quarta auto più prodotta al mondo. Ottimo argomento di ispirazione per una collezione tematica!

E Ferdinand Porsche? L'ideatore del *Maggiolino*, Ferdinand Porsche, accusato nel 1947 di crimini di guerra fu arrestato e incarcerato in Francia.

La detenzione durò 20 mesi nei quali i francesi cercarono di carpire invano i progetti segreti dell'industriale. In seguito fu il ricco italiano Piero Duso, proprietario della fabbrica di auto C.I.S. Italia, che pagò il riscatto per la sua liberazione allo scopo anche di iniziare una collaborazione con la famiglia Porsche.



L'ingegnere tedesco una volta uscito di prigione acquistò i capannoni di una segheria dismessa a Gmund in Baviera e qui iniziò a



produrre la Porsche 356, una delle auto più belle di quella che sarà la "casa di Stoccarda", senza linee di produzione automatizzate, ma in maniera artigianale.

Una sorta di unicità, una soddisfazione voluta, dopo aver permesso a ogni tedesco di avere un'auto di proprietà.

Ferdinand morì il 30 gennaio del 1951 provato dall'esperienza detentiva, lasciando a suo figlio Ferdinand "Ferry" Porsche la guida della sua casa automobilistica.



Ma, come si suole dire, questa è un'altra storia.