

*Le mille declinazioni del connubio calendario-pubblicità attirano da sempre l'occhio esperto del collezionista. Ogni tipologia, da banco o da ufficio, da appendere o in formato tascabile, potrebbe costituire una raccolta a parte, da coltivare e arricchire all'infinito, purché lo scorrere del tempo sia sempre sotto controllo.*

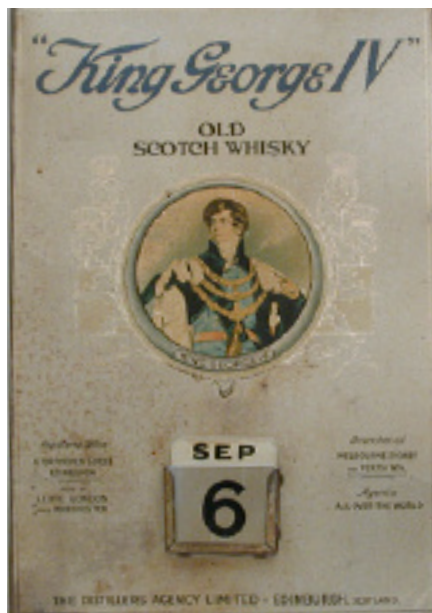
# DATE A GO-GO

Elisabetta Pozzetti



**C**hissà cosa direbbe Jean de Berry, principe capetingio, grande mecenate e importante collezionista di codici del Rinascimento, di fronte alla collezione di calendari perpetui di Alessandro Orzes. Certo, de Berry commissionò un capolavoro quale *Le Très riches Heures*, uno dei più ricchi e noti manoscritti miniati del XV secolo che, oltre alla Liturgia delle Ore – ossia la serie delle preghiere quotidiane della Chiesa per i tempi dell'anno e per le festività, che scandiscono ancora oggi il ritmo della giornata nelle comunità monastiche, ma la cui pratica era frequente nel Medioevo anche per i

laici – contiene anche un calendario, nel quale ai singoli mesi è associata la rappresentazione dei lavori agricoli corrispondenti, contestualizzati nell'*humus* storico e sociale: mentre i mesi si succedono e le stagioni cedono docili il passo l'una all'altra, le occupazioni quotidiane delle dame, dei signori di corte e dei contadini restituiscono le atmosfere e le cromie di quel tempo, tanto che Umberto Eco ha scritto che “Sono un documento cinematografico, una macchina visiva che ci racconta la vita di un'epoca. Nessun film potrà mai eguagliare la fedeltà, il fulgore, la toccante bellezza di questa ricostruzione”.



**TEMI E SOGGETTI**

In tal senso allora penso che il duca de Berry potrebbe a sua volta apprezzare e probabilmente collezionare i calendari perpetui pubblicitari del whisky, proprio perché anch'essi nella loro molteplicità estetica ci restituiscono il sapore di un tempo passato e le icone, seppur commerciali, di una società che scopriva nella réclame un nuovo mezzo di promozione.

Le case produttrici di whisky non hanno scelto i soggetti da sempre preferiti per accompagnare graficamente l'anonimo palesarsi delle date del calendario – sibille aggraziate, decorativi segni zodiacali, santi, feste religiose o popolari, proverbi, lunari – ma gentiluomini in abiti da cavallerizzo, dall'incedere sicuro, nelle mani una spada e un paio di occhialini con garbo avvicinati agli occhi a garanzia della qualità del prodotto; l'intendi-

tore del buon vino può vestire anche i panni regali di re Giorgio IV, racchiuso in un aulico clipeo, così come quelli dell'ottocentesco antiquario cultore di Bacco che attinge dalla credenza il vino migliore tra ampolle e bottiglie di svariate forme.

Non mancano nemmeno i festanti scozzesi in gonnellino che incalzano il sorseggiare a suon di cornamusa, né i combattenti dal basco calcato in testa e dal minaccioso scudo borchiato. Che non si dica poi che al gentil sesso sono preclusi gli alcolici se perfino la regina Anna, con tanto di corona, scettro e *imago mundi* fa bella mostra di sé nello schotch whisky omonimo! Naturale che anche il mondo animale venga coinvolto e così non stupisce che Scottish Terrier nero e un West Highland White della *Black & White* corrano festosi o il cavallo della *White Horse* esibisca il suo nobile profilo.

a fronte:

*Old Grand Dad*, 27 × 23 cm, anni Sessanta. Raro perpetuo con cambio data "a caduta";

*Queen Anne*, 23 × 35 cm, anni Sessanta. Modello classico, con il cambio data, dotato di giorno e mese, in lamelle di alluminio

dall'alto e da sinistra:

*Crawford*, 24 × 36 cm, anni Settanta.

Perpetuo con movimento a rotelle;

*King George IV*, 24 × 36 cm, anni

Cinquanta. Antico modello con lamelle in alluminio;

*Canadian Club*, calendario da parete, 24 × 36 cm, anni Ottanta. Perpetuo con luce a neon e movimento a rotelle in plastica;

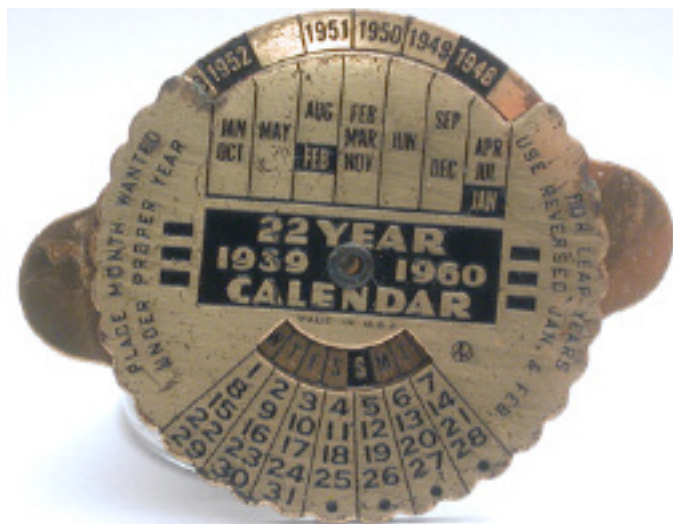
*Seagram's*, 6 × 3 cm, anni Settanta.

Mini-perpetuo con anello portachiavi;

*Haig*, 10,5 × 11 cm, anni Sessanta.

Piccolo -perpetuo classico da ufficio con dischi in plastica





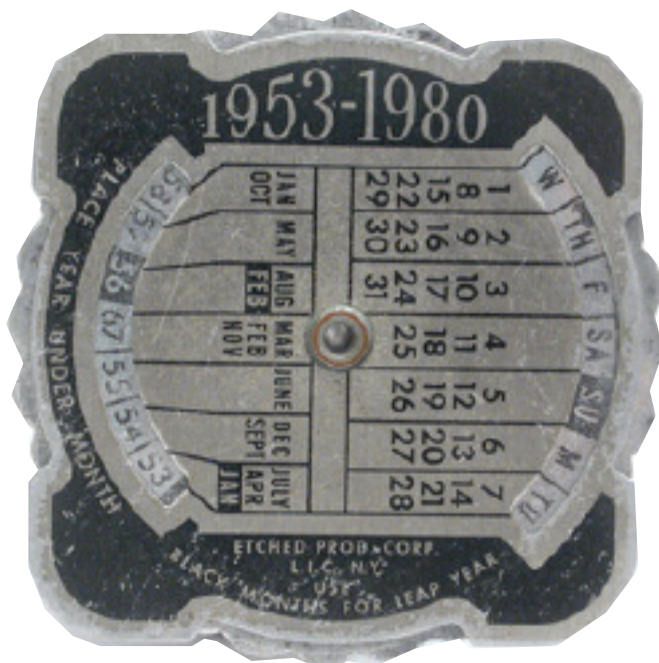
dall'alto e da sinistra:  
Golden Wedding, 4 × 4 cm, anni Quaranta  
(fronte e retro). Tascabile perpetuo  
valido solo per ventidue anni

Old Charter, 4 × 4 cm, anni Quaranta  
(fronte e retro). Tascabile perpetuo  
valido solo per ventisette anni

### UN PO' DI STORIA

A questo punto occorre forse puntualizzare il significato di “calendari perpetui”. Innanzitutto la nascita del calendario si perde nella notte dei tempi quando cioè gli uomini scoprirono l’agricoltura, quando iniziarono le semine e notarono che il periodo più propizio tornava regolarmente ogni anno; così cercarono di contare quanti giorni c’erano fra una semina e l’altra e misurare quindi quanti giorni durava un anno. I primi a farlo furono gli egizi: il fiume Nilo andava in piena ogni anno inondando i campi e rendendoli fertili; quindi, si accorsero che la luna nuova compariva 12 volte fra un’inondazione e l’altra, ma tutto ciò non bastò, vollero essere più precisi: scoprirono che una volta all’anno, intorno alla piena, prima

del sorgere del sole, spuntava una stella brillante. Contarono i giorni trascorsi prima che questo fenomeno si ripetesse e stabilirono ch’erano 365. Così calcolarono la durata di un anno e lo divisero in 12 mesi di 30 giorni, e aggiunsero 5 giorni alla fine dell’anno. In questo modo nacque il primo calendario: era il 4241 a.C. Quello che ancora oggi utilizziamo è fondamentalmente quello romano riformato da Giulio Cesare nel 45 a.C. e adattato poi dai cristiani che ne hanno fatto il calendario religioso. L’ultima piccola variante è stata introdotta nel 1582 dalla Chiesa Cattolica sotto il pontificato di Gregorio XIII, al quale si deve il nome di calendario gregoriano. L’aggettivo perpetuo sta a identificare una funzionalità specifica: quella cioè di essere





validi sempre, e nella collezione di Orzes tale caratteristica è evidente. Con semplici manipolazioni quotidiane da parte del barista o dell' esercente, i calendari potevano e possono tuttora mostrare la data corrente. Rotelline, schede mobili, dischi rotanti e finestrelle permettono lo scorrimento di date, giorni e anni.

Quale sia stata la prima marca a cavalcare l'intuizione pubblicitaria non si sa. Certo è invece che in breve tempo le distillerie più importanti e con maggiore diffusione iniziarono a popolare le pareti degli esercizi pubblici che smerciavano liquori e da lì invasero i tavoli degli appassionati cultori della

materia e ancora scivolarono nelle tasche degli avventori più affezionati. Sì, perché i calendari erano forniti in diverse tipologie: da banco (o chi preferisce, da ufficio), da appendere o appunto in formato tascabile, per avere sempre sotto controllo il passare veloce del tempo, degli anniversari e delle ricorrenze. Stampati su metallo, su carta o legno, su vetro o ceramica, su supporto plastico o commisti con materiali nobili, quali il bronzo, o dotati di impianto di illuminazione al neon per stupire anche i più annoiati e restii. Minimalisti nei colori o preziosi nelle finiture, aniconici o al contrario animati dal sorriso ammiccante, di gusto pop

dall'alto e da sinistra:

*Robertson's*, 15 × 24 cm, anni Settanta.

Movimento a rotelle;

*Mc Callum's*, 15 × 24 cm, anni Settanta.

Movimento a rotelle;

*The Antiquary*, 24 × 37 cm, anni Cinquanta. Meraviglioso perpetuo con movimento a dischi laterali;

*Haig*, 23 × 33 cm, anni Cinquanta.

Da notare i cartoncini girevoli per giorni e mesi;

*White Horse*, 27 × 24 cm.

Un inconfondibile cavallo bianco per il perpetuo *White Horse* con movimento a dischi sovrapposti





dall'alto e da sinistra:  
*White Label*, 17 x 24 cm,  
anni Settanta. Perpetuo interamente  
in cartone con cartoncini girevoli  
per i mesi e i giorni

*Johnnie Walker*, 20 x 27 cm,  
anni Quaranta. Meraviglioso perpetuo  
con movimento a lamelle in alluminio

*Black & White*, 28 x 17,5 cm,  
anni Settanta. Classico perpetuo  
con cartoncini intercambiabili

*Old Rarity*, 24 x 17 cm, anni Cinquanta.  
Completamente in lamiera, il perpetuo  
*Old Rarity*, con movimento a rotelle,  
è, come dice il nome stesso,  
una vera rarità



con la bottiglia che giganteggia orgogliosa o essenziali nell'ostentare la sola scritta della marca. Di formati rettangolari, quadrati, ovali, irregolari, trapezoidali, specchianti oppure opachi: un mondo insomma, di iconografie e di piccole storie legate alla tradizione del whisky da raccontare con pochi importantissimi simboli visivi. Sicuramente non era difficile con tale carica cromatica e metaforica colpire l'attenzione dei fedeli avventori o dei distratti clienti di passaggio, lasciando in loro impressa in maniera subliminale la memoria di quella marca che forse sarebbe di lì a poco stata richiesta al banco dell'osteria.

### DOVE TROVARLI?

Ormai rari, i calendari si "cacciano" nei mercatini, nelle mostre specializzate e presso i rigattieri con conseguente levitazione dei prezzi. Alessandro Orzes ne possiede una trentina, tutti degni di interesse e a ragione considerati

bellissimi oggetti di modernariato. Alcuni di questi recano sul retro una marca da bollo, perché nel nostro Paese, quando si esponevano al pubblico i calendari pubblicitari, si doveva pagare una piccola tassa, comunale o statale.

### QUOTAZIONI

Venendo alle quotazioni di mercato odierne si può affermare che il range di prezzi oscilla dai 30 ai 250 euro per gli esemplari più antichi e rari. Il calendario *Johnnie Walker* per la tipologia di scorrimento delle date, mediante lamelle girevoli in alluminio, per la fattura e la datazione, anni Quaranta, ha un prezzo che si aggira intorno ai 200 euro; mente *Old Rarity*, *King Gorge IV* e *Queen Anne*, quest'ultimo degli anni Sessanta, possono essere acquistati con 150 euro. L'apparente più complesso *Old Grand-Dad* con tanto di busto in bronzo, seppur di dimensioni ridotte, si ottiene con 100 euro. Non sono cifre insuperabili, a fronte però di una offerta scarsa di mercato, proprio perché è difficile reperire pezzi originali in buone condizioni. Del resto, essendo calendari, l'usura, la prolungata esposizione e il tempo li hanno consumati e riuscire a trovare di ancora intatti ne aumenta il piacere e la soddisfazione proprio come quando si beve un buon distillato che dal lungo e "saggio" invecchiamento trae giovamento in qualità e pregi organolettici.

Basta un po' di tenacia nella ricerca e altrettanta fiducia in uno dei più famosi slogan, quello della *Johnnie Walker*, che recita *From 1820 still going strong* ossia "Dal 1820 stiamo ancora andando forte". E come non crederci?

