

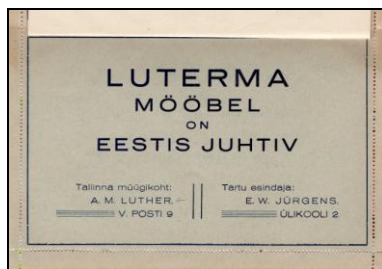
Estońskie sekretniki reklamowe

Krzysztof Trawiński

Żeby zwiększyć różnorodność walorów w moim ekspozycie „W cieniu drzew”, przez dłuższy czas poszukiwałem (w końcu z sukcesem) jednego z trudniej dostępnych estońskich sekretników reklamowych. Były na nim pokazane trzy świerki (stąd moje zainteresowanie), będące elementem znaku towarowego firmy produkującej gumowe kalosze i botki. Wcześniej znałem jedynie reprodukcję strony adresowej tej całości. Po otrzymaniu przesyłki z zakupionym walorem stwierdziłem, że reklamy są na wszystkich czterech stronach sekretnika – z tyłu była jeszcze reklama loterii, a wewnątrz m. in. mebli.



Rozłożony sekretnik reklamowy (strony 1 i 4) i wewnętrzne strony okładki (2 i 3) z fragmentem stron papieru do pisania.



Estońskie sekretniki reklamowe, ze względu na okoliczności ich powstania i dystrybucji, ale i rzadkość, są szczególnymi walorami nie tylko wśród całości pocztowych tego kraju. Ukazały się w 1937 r. w wyniku akcji charytatywnej sponsorowanej i finansowanej przez estoński Czerwony Krzyż. Przygotowanie reklam dla poszczególnych serii zlecono Agencji Reklamowej „PARO”, stąd emisja ta jest powszechnie, choć błędnie, nazywana wydaniem PARO.

Mój sekretnik o numerze 18. należy do numerowanej serii 28 całości o wymiarach pojedynczego egzemplarza 115 x 90 mm (w postaci złożonej).



Kolejny numer w lewym dolnym narożniku.

Poszczególne serie różnią się reklamami umieszczonymi na lewej połowie awersu oraz na pozostałych trzech stronach sekretników (za wyjątkiem serii o numerach 2, 3 i 4, 6 i 7, 12, 13 i 14, 18 i 20 oraz 21, 22 i 23, które mają odpowiednio jednakowe reklamy).

Wewnątrz sekretnika wklejony jest cienki papier przeznaczony na korespondencję, który również może zawierać reklamy (dotyczy to tylko sekretników o numerach od 2 do 8).

W sekretniku nr 5 widzimy reklamę wyrobów firmy Telefunken (druga strona okładki, a na papierze do korespondencji – dalsze reklamy, m.in. dwa cytaty przemysłowca Henry Forda.



Sekretniki były drukowane typograficznie w prywatnej drukarni „Libris” w Tallinnie, natomiast znaczki nadrukowywała miejscowa drukarnia państwowa. Identyczny, granatowy znaczek o nominale 10 senti na wszystkich całostkach, przedstawia trzy stylizowane lwy, będące elementem estońskiego herbu. Kolorystyka walorów utrzymana jest w odcieniu od liliowoszaroniebieskiego do zielonkawoniebieskiego. Jak pisze Thomas Löbbering (EESTI POST 61/2015) łącznie wydano 30 372 egz. sekretników, z czego sprzedano 29 424 egz., a pozostałe przekazano Światowemu Związkowi Pocztowemu w Bernie (388 egz.) oraz Muzeum Pocztowym w Tallinie (523 egz.) i Berlinie (37 egz.). Nakład pojedynczych egzemplarzy wynosił od 1032 egz. (nr 28) do 1634 egz. (nr 1).

Estoński Czerwony Krzyż wpłacił z góry, bezpośrednio Skarbowi Państwa (nie Poczcie), kwotę równą nominalowi znaczków całego nakładu. Zarówno ta opłata, jak i koszty druku prawdopodobnie zostały sfinansowane z wpływów reklamowych. Od 23 grudnia 1937 r. sekretniki były sprzedawane w większych urzędach pocztowych Estonii w cenie 5 senti każdy. Co ciekawe, sprzedawano je nie jako walory pocztowe, tylko tzw. artykuły prywatne, podobnie jak koperty, widokówki, papier listowy itp. Przyjęte rozwiązanie było korzystne dla nabywców, otrzymujących sekretnik za połowę jego nominalu. Poczta zrzekła się przychodów ze sprzedaży tych sekretników. Zasiliły one specjalny fundusz na rzecz będących w potrzebie pracowników pocztowych.

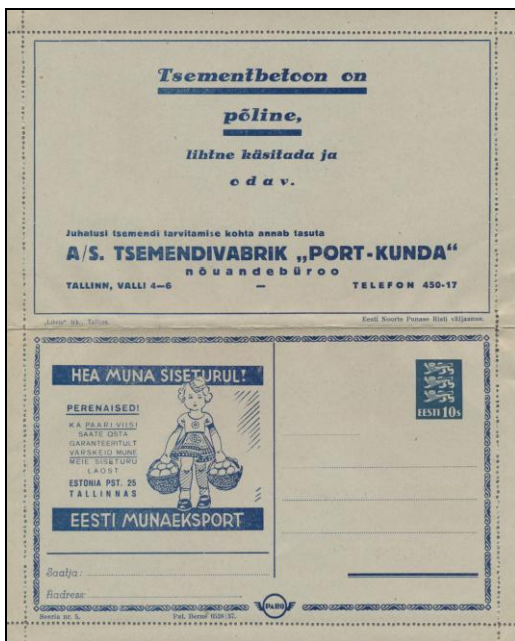
Na kartach sekretników reklamowano: kawę, kakao, czekoladę, cukierki, wino, jaja, papierosy, obuwie, ubrania (garnitury, suknie, płaszcze, futra itd.), krawaty, rękawiczki, pończochy, skarpetki, jedwab, nici, benzynę, gazety, loterie, banki, radia, żarówki, meble, cement, płyty izolacyjne, artykuły elektryczne (lampy, kuchenki, żelazka), kosmetyki (wody kolońskie), drewno opałowe i torf, połączenia lotnicze, transport morski, mleczarstwo,

ubezpieczenia, spedycję, las i celulozę, proch myśliwski itd. W tej szerokiej gamie reklam prawie każdy temat powinien znaleźć coś dla siebie.

Wszystko zależy od inwencji, pomysowości i wyobraźni (np. jednym obrazkiem z sekretnika nr 5 można zilustrować wiele tematów: dziecko, jaja, wiklina, wierzba, kosz, stroje dziecięce).

Cenna inicjatywa estońskiego Czerwonego Krzyża, mimo że prywatna, została zrealizowana za zgodą i przy wydatnej pomocy administracji pocztowej. Dlatego poszczególne walory z tego wydania mogą zostać wykorzystane w ekspozycjach tematycznych, zaopatrzone odpowiednim opisem („wydane na prywatne zamówienie”), świadczącym o wiedzy filatelistycznej wystawcy.

Reklama jaj na rynek krajowy i na eksport na pierwszej stronie sekretnika nr 5. Na odwrocie reklama cementu.



♦♦♦

Sekretnik z niespodziewanym polonicum

Marek Zbiński

Materiał przedstawiający ciekawe sekretniki estońskie z 1937 r. sprowokował głębsze badania tych walorów, co zaowocowało zestawieniem wszystkich 28 całostek wraz z wybranymi ilustracjami, znajdującymi się na ich okładkach lub stronach wewnętrznych [1]. Są one interesujące dla tematyków.

Przy okazji tych badań i przeprowadzonych tłumaczeń z trudnego języka estońskiego, zwróciliśmy uwagę na reklamę na tylnej stronie sekretnika nr 25 (na przedniej stronie jest reklama tekstyliów). Tłumaczenia z dostępnych źródeł nie były wystarczająco jasne i przekonujące. Miała to być reklama prochu dla myśliwych.



Najbardziej zastanawiało słowo w trzecim wierszu reklamy: „POOLA”, co oznacza „polski”, ale mogło być równie dobrze nazwiskiem producenta lub importera tego prochu. Sylwetka ptaka na pudełku była też niejasną wskazówką. Zwróciłem się więc o pomoc do zaprzyjaźnionego filatelisty szwedzkiego, licząc na jego ewentualne kontakty w Estonii. Zaowocowało to lepszym tłumaczeniem od naszego z Google-translator’a. Równolegle kol. Trawiński znalazł w Internecie estońskie czasopismo z 1938 r. z reklamą tego samego oferenta z Tallina, jak na sekretniku: M.J.Sepp & Ko. [2].

Reklama (w wolnym tłumaczeniu) zachęca myśliwych polujących na jelenie, do kupna, po najbardziej przystępnych cenach, bezdymnego prochu do strzelb marki „Sokół” (w 100-gramowych pudełkach blaszanych) oraz bezdymnego prochu „Orzeł Północy” (w kartonikach papierowych) oraz innych akcesoriów. Oprócz sprzętu myśliwskiego firma oferuje materiały wybuchowe i zapalające.

Tak więc słowo „poola” (polski) na sekretniku dotyczy cenionego polskiego prochu „Sokół” ze znanej fabryki amunicji w Pionkach.

Dzisiejsza Fabryka Amunicji Myśliwskiej „FAM-PIONKI” Sp. z o.o. w Pionkach jest kontynuatką istniejącej od 1948 r. ówczesnej Państwowej Wytwórni Amunicji Myśliwskiej. Bazą do rozpoczęcia produkcji były doskonałe nitrocelulozowe prochy myśliwskie „SOKÓŁ”, produkowane w Pionkach od 1923 r. [3].

W latach międzywojennych proch „Sokół” był powszechnie używany do polowań, a nie na strzelnicach sportowych.

Opisany sekretnik jest kolejnym zagranicznym walorem filatelistycznym z polskimi akcentami, który opisujemy na łamach naszego biuletynu. Przed wielu laty taka tematyka była popularna wśród krajowych kolekcjonerów i wystawców. Największy wkład w jej propagowanie włożył zmarły w 2009 r. poznański filatelista Władysław Alexiewicz. Jego ekspozycja „Polonica – polskie nazwy na mapach świata” i masa artykułów opublikowanych w prasie filatelistycznej były inspiracją dla wielu kolekcjonerów poloników.



[1] „Reklamy na sekretnikach estońskich z 1937 r.”, Biuletyn TEMATICA nr 37/2022, str. 47.

[2] Czasopismo „Vabadussoja Tahistel”, 10/1938 r.

[3] M.in. <https://hubertus.com.pl/fam,cp25,pl.html>.