



SISTEMA MUSEALE
CASTIGLIONESE



Le Storie del Medagliere

Numero 13 – 15 Giugno 2019

E-mail : medaglierenapoleonico@gmail.com

www.medaglierenapoleonico.com

MATTHEW BOULTON E LA ZECCA DI SOHO

4^a ed ultima parte

Parallelamente alle produzioni in grandi quantità, Boulton non disdegnò nemmeno il mercato dei collezionisti di medaglie commemorative. Si trattava di un mercato completamente diverso in cui i volumi di emissione erano diametralmente opposti ed in cui le medaglie fungevano da particolarissimi oggetti promozionali.

Per comprendere meglio l'interesse della Zecca di Soho nei confronti della medaglistica, è necessario evidenziare come in quegli anni e per tutto il XIX secolo, la medaglia fosse intesa come un'opera d'arte a tutti gli effetti seppur in miniatura suscitando l'interesse da parte dei collezionisti contemporanei.

Un altro aspetto importante è la classe sociale cui appartenevano i collezionisti: sia per motivi di preparazione culturale che economici, gli appassionati ed i collezionisti di questa particolare categoria di oggetti, erano principalmente nobili, industriali e personaggi altamente influenti a corte. Lo stesso Giorgio III non era insensibile al loro fascino e quindi omaggiarlo con una nuova medaglia, poteva essere una buonissima occasione per avvicinarlo e stupirlo per la qualità artistica del proprio prodotto favorendone così la decisione di concedere la commessa regale tanto desiderata.



Boulton aveva dei veri e propri rappresentanti a corte che, grazie alla diffusa passione collezionistica, potevano incrementare la notorietà sua e della sua zecca. Una di essi era Sarah Sophia Banks, sorella di Sir Joseph Banks, naturalista e botanico ufficiale del Re oltre che presidente della Royal Society.





I due fratelli erano molto vicini a Giorgio III di cui il primo era uno dei più intimi consiglieri e la seconda una delle dame di compagnia preferite. La loro presenza a corte poteva quindi giocare un ruolo chiave nel favorevole sviluppo degli affari di Boulton¹.

Le medaglie però non venivano prodotte solo per essere distribuite come omaggio ad influenti figure della corte; erano dei veri e propri prodotti commerciali destinati ad uno specifico mercato.

Boulton prevede quindi la possibilità vendere la sua produzione sia singolarmente che in serie all'interno di eleganti cofanetti come nel caso dei token o di vari esemplari della stessa medaglia ma coniate in metalli diversi.

Esisteva una vera e propria rete di negozi al dettaglio tanto in Inghilterra quanto all'estero, incaricati di soddisfare la crescente richiesta delle elites di tutta Europa.

In questo modo diventava di importanza strategica anche la scelta dei soggetti o temi da raffigurare nelle medaglie così come la velocità nel realizzarle andando a sfruttare la scia empatica che un evento poteva aver suscitato nella collettività e soprattutto anticipando sul tempo gli altri piccoli concorrenti specialmente del distretto di Birmingham².

Durante la sua vita, Boulton realizzò una cinquantina di medaglie commemorative: in alcuni casi la loro produzione avveniva a seguito di una vera e propria commessa come nel caso della medaglia per la battaglia di Aboukir (commissionata dal Prize Agent dell'Ammiraglio Nelson, Davison), o quella voluta dalla Compagnia delle Indie Orientali per i vincitori della battaglia di Seringapatam.

¹ significativa in questo senso è la lettera scritta da Joseph Banks all'amico Boulton il 19 dicembre 1791: "My sister is a great pusher she has seen your 5 sous piece & has not got one of them. If you fear a lady's resentment or wish to court her favor I would advise you to furnish her with one as speedily as convenient and if you add to it any other new token it may be well as the sight of them will certainly work favourably in her eyes" MS 3782-12-56 item 22.

² si pensi alle medaglie coniate per celebrare i sovrani di Francia vittime della furia rivoluzionaria o il Marchese Cornwallis che aveva sedato preoccupanti rivolte in India o lo stesso ammiraglio Nelson per aver riportato sul trono di Napoli il legittimo sovrano dopo la parentesi della repubblica Partenopea.



Lo stesso accadeva anche per le medaglie premio realizzate per le varie istituzioni scientifiche che volevano realizzare dei riconoscimenti per i propri membri più valenti. In altri casi invece la decisione veniva presa direttamente a Soho e la medaglia assumeva la natura di un vero e proprio oggetto da vendere esattamente come le famose argenterie ed i soprammobili in bronzo *ormolu* per i quali le officine di Soho erano conosciute in tutto il mondo.

La maniacale attenzione per i dettagli di Boulton, si estremizzava ancora di più nel caso delle medaglie in cui la natura di vere e proprie opere d'arte in miniatura, doveva prevalere su qualsiasi altro aspetto o questione.

A dire il vero non esiste un oggetto numismatico prodotto a Soho, che non sia gradevole se non veramente sorprendente da un punto di vista artistico.

Gli stessi token, nati come semplici "spiccioli" da spendere a livello locale, furono ben presto oggetto di collezione anche e soprattutto per le loro peculiarità artistiche costringendo Boulton a realizzarne dei cofanetti contenenti le intere serie.

Sin dalla sua apertura, la zecca di Birmingham poté vantare collaborazioni di grande prestigio con alcuni dei migliori incisori del tempo da Droz, a Dumarest a Kuchler. Quest'ultimo ha firmato i pezzi più belli e famosi unendo in modo indissolubile il suo nome a quello del suo datore di lavoro.



Senza scendere troppo nei dettagli, un aspetto davvero interessante del loro rapporto, è quello che vedeva questi incisori più come soci che come dipendenti.

Kuchler infatti non era a libro paga in senso stretto ma riceveva un compenso concordato con Boulton nel caso di medaglie realizzate su commessa di terzi.

Per le medaglie invece “speculative” cioè volute ed ideate da Boulton per essere immesse sul mercato senza che vi fosse una commessa a monte, la sua retribuzione era composta da una parte fissa che andava a coprire i costi vivi di realizzazione del conio ed una parte in percentuale sul venduto. Così facendo Boulton aveva una condivisione del rischio d’impresa con il suo artista e quest’ultimo poteva godere dei frutti eccezionali di una medaglia che trovasse particolare favore nel mercato.

Questa formula determinava anche il vantaggio di accorciare la filiera produttiva e di avviare una collaborazione artistico-imprenditoriale particolarmente stretta fra i due uomini.

Per quest’ultimo tipo di medaglia, i volumi di emissione furono sempre molto contenuti nell’ordine di 300-500 esemplari al massimo³. Ciò fa capire quanto già all’epoca fossero oggetti prestigiosi e destinati a settori molto elitari della società. Il dato illumina inoltre sulla loro odierna preziosità e rarità a distanza di oltre duecento anni dalla loro produzione.

Diverso è il caso delle medaglie realizzate su commessa che spesso vennero coniate in migliaia di esemplari per essere distribuite ai legittimi destinatari.

Anche da un punto di vista artistico le medaglie prodotte da Boulton esprimono una loro marcata originalità⁴. Differentemente delle contemporanee medaglie francesi, in cui la natura di strumenti di propaganda governativa le rendeva più standardizzate e quindi più monotone, le medaglie prodotte a Soho si caratterizzano per una grande varietà non solo per il modulo impiegato⁵ quanto per loro capacità espressiva. Frutto della cultura e della moda di quegli anni, ne esprimono l’amore per i modelli classici, secondo i canoni del neoclassicismo che si andava diffondendo in quegli anni senza però restarne schiacciate. I soggetti e le legende infatti, sebbene si ispirino manifestamente a modelli dell’antichità classica, esprimono una modernità che, oggettivamente, le più famose medaglie francesi non hanno.

³ Sue Tungate, *“Matthew Boulton and the Soho mint: copper to customer”*, University of Birmingham, 2010, p.477-490.

⁴ “Boulton knew that fashionable items, such as medals, needed to appeal to a culturally sophisticated audience. He also knew that producing high quality designs would make it more likely that coin orders would be commissioned” Sue Tungate, *“Matthew Boulton and the Soho mint: copper to customer”*, University of Birmingham, 2010, p.224.

⁵ variabile dai 30 ai 48mm.

L'utilizzo frequente per esempio della lingua inglese per le legende, costituisce un importante indice della natura commerciale di questi oggetti unici. Fra le elites inglesi ed europee in genere era sì esplosa la passione e la moda per tutto ciò che fosse espressione dell'antichità⁶ ma, proprio perché trattavasi di moda, in molti casi non era altro che un gradimento "superficiale" cioè non accompagnato da una contemporanea profonda conoscenza della storia e della lingua delle antiche civiltà mediterranee. L'utilizzo incondizionato di legende in una lingua conosciuta da pochissimi o il richiamo a testi della letteratura classica se portato all'estremo, avrebbe quindi determinato il rischio che il grande pubblico non avrebbe poi capito ed apprezzato appieno l'oggetto.

Parafrasando il titolo di una sua recente biografia, l'obiettivo di Boulton fu quindi sempre quello di "Vendere ciò che il mondo desidera"⁷. Questo concetto doveva essere pertanto inteso non solo come riferito al tipo di oggetto da produrre e proporre al mercato, ma anche a come lo si dovesse realizzare e presentare. Benché Boulton non fosse mai stato un vero e proprio collezionista di medaglie, né prodotte da lui né da altri comprese quelle antiche, il suo particolare attaccamento con questo tipo di oggetto, è palese e dimostrato dai suoi due principali ritratti che entrambi lo raffigurano con in mano una medaglia.



⁶ Le scoperte di Ercolano nel 1709 e di Pompei nel 1748 ne erano state l'evento scatenante

⁷ Cfr. a tale proposito S. Mason "*Matthew Boulton Selling what all the world desires*", Birmingham City Council, 2009



Gli oggetti che aveva tanto amato e prodotto lo hanno accompagnato anche dopo la morte. Il figlio infatti, nell'agosto 1809, fece coniare nel giro di un paio di giorni 530 medaglie in bronzo da distribuire il giorno delle esequie del padre esclusivamente fra i collaboratori ed il personale di Soho⁸.

Sempre il figlio, nel 1819, per celebrare il primo decennale dalla scomparsa del padre, fece coniare una seconda medaglia da distribuire solo fra gli amici più intimi del genitore.

Pur non collezionando i propri prodotti, la famiglia Boulton, nel tempo, dette vita a tutti gli effetti, ad una archiviazione delle loro produzioni. Per anni tale importantissimo archivio è rimasto all'interno della famiglia senza che gli venisse dato un particolare significato o valore né storico né economico fino a quando nel 2002 una grande asta di cimeli appartenenti a James Watt fece loro constatare che nel mondo c'erano centinaia di collezionisti disposti a tutto pur di assicurarsi uno dei prodotti realizzati dai loro famosi antenati.

Il materiale, allora semplicemente conservato in un paio di cassetti, venne affidato ad un noto commerciante londinese che a sua volta contattò alcuni grandi collezionisti.

Oggi questa raccolta si trova a Seattle negli Stati Uniti ed appartiene a William McKivor che negli anni dal 2002 al 2007 è riuscito ad aggiudicarsi la stragrande maggioranza di quel tesoro.

Questi esemplari rivestono una straordinaria importanza in quanto normalmente costituiscono i primissimi pezzi usciti dai macchinari di Boulton. Questi pezzi, conservati sia dal padre che dal figlio Matthew Robinson, venivano utilizzati come campionario da mostrare ai loro importanti ospiti e clienti oltre che per controllarne il livello qualitativo. Le medaglie quindi raffigurate nei due ritratti prima ricordati, appartenevano proprio a questo gruppo di esemplari.

⁸ J.G. Pollard, "Matthew Boulton and Conrad Heinrich Kuchler" The Numismatic Chronicle, 1971 seventh series Volume XI p.311.



Pur non esistendo documenti ufficiali in merito, l'origine familiare di queste medaglie è confermata dal metallo scelto per il loro piccolo astuccio (la conchiglia secondo la terminologia inglese). A Soho infatti vigeva la regola in base alla quale il contenitore dovesse essere rivestito internamente con un metallo diverso da scegliersi in base alla natura del destinatario.

Gli astucci con l'interno in metallo dorato erano destinati a contenere medaglie riservate ai membri della famiglia, quelli con l'interno argentato erano destinati agli amici più stretti mentre quelli con l'interno in rame erano riservati alla vendita ai collezionisti.

Le medaglie presenti nella collezione McKivor hanno tutti gli astucci con la doratura all'interno a dimostrazione della loro origine. È questa una raccolta veramente unica di cui ogni collezionista vorrebbe avere almeno un esemplare. L'attuale proprietario, consapevole del valore storico, si sta impegnando perché un giorno questi piccoli tesori possano essere a disposizione di tutti gli appassionati del mondo, esposti magari nella villa di Soho oggi divenuta un museo dedicato al suo primo proprietario.