



FILATELIA & COLLEZIONISMO

# I pericoli del mercato verticale. Quale futuro per la filatelia?

[Leggi anche gli altri articoli di Filatelia & Collezionismo](#)

di Giuseppe Di Bella  
23 marzo 2010 14:40



Calato il sipario su Milanofil 2010, qualche riflessione risulta opportuna. L'agenda della manifestazione era veramente fitta, ed ha visto il contemporaneo svolgimento di alcuni importanti assemblee ed eventi, a cominciare dal consueto convegno commerciale che ha registrato la presenza dei principali operatori italiani.

L'afflusso dei visitatori della mostra e del convegno commerciale è stato blando, se si eccettua qualche momento durante il sabato mattina. Ciò nonostante gli operatori commerciali si sono detti abbastanza soddisfatti dell'andamento delle vendite.

Il mercato filatelico si è mostrato comunque abbastanza vivace in relazione alla richiesta di materiali rari e di qualità, antichi e moderni, a testimonianza dell'evoluzione dei filatelisti italiani verso fin troppo raffinati modelli collezionistici.

I due contraddittori dati che abbiamo evidenziato, ovvero i non molti visitatori del convegno commerciale e la contemporanea soddisfazione di molti commercianti, confermano la tendenza ad una verticalizzazione del mercato, conseguenza da una parte della diminuzione del numero dei collezionisti e d'altra parte della persistenza di un, sia pur ridotto, nucleo di maturi (direi anziani) collezionisti con notevole capacità di spesa, ma in lento costante decremento, per purtroppo ovvi motivi anagrafici.

Che il collezionismo filatelico non sia più un fenomeno di massa, lo abbiamo già detto tante volte, anche se l'afflusso allo stand delle Poste per l'acquisto delle tante, direi troppe, "novità", sembrerebbe smentirlo, così come il dato relativo alla vendita di 15 milioni di Euro di francobolli, nell'ambito del Festival internazionale della filatelia di Roma, da parte di Poste italiane.

Gli elementi a disposizione ci consentono di delineare alcune sintetiche osservazioni: sussiste ancora un nutrito nucleo di appassionati, di età mediamente "non giovanile", che acquistano "comunque" le nuove emissioni italiane e non solo.

Questa numerosa pattuglia di irriducibili compratori di novità, quasi sempre non va oltre l'acquisto e non espande la propria collezione, né si avvicina alla filatelia espositiva o associativa. Ne è prova evidente la perdita di soci di tante associazioni locali, nelle quali il fattore anagrafico è divenuto inesorabilmente "mortale" e che non registrano un adeguato ricambio.

I "giovani" tra i 15 ed i 35 anni, nonostante l'impegno profuso da tutti i soggetti istituzionalmente deputati allo sviluppo, non si avvicinano alla filatelia se non in rari casi.

Il lavoro che la Federazione tra le Società Filateliche sta da anni meritevolmente portando avanti, attraverso l'opera appassionata della Professoressa MariaGrazia De Ros, potrebbe dare i suoi frutti, lo speriamo tutti, in un futuro più o meno prossimo.

Nasce spontanea una domanda: quale futuro profilano questi dati e questo tipo di mercato?

Sembra che il fattore anagrafico, e per converso lo "sviluppo" sia il punto centrale e che la diffusione della filatelia verso nuovi e diversi soggetti, dovrà essere l'obiettivo primario di tutte le componenti del mondo filatelico.

L'espansione passa attraverso diversi punti, dalle politiche giovanili al recupero dei collezionisti che si sono "involuti" e di quelli "isolati", alla razionalizzazione del settore, a cominciare dai prezzi indicati nei cataloghi, ormai completamente avulsi dalla realtà contingente, e da più parti additati come fattore di confusione, se non di depressione, del mercato.

Il divario tra prezzi reali dei francobolli e prezzi di catalogo è divenuto incomprensibile ed è causa di equivoci che apportano notevoli danni al mercato italiano ed alla filatelia in senso lato.

Appare evidente che i prezzi sono talvolta dettati da interessi di politica commerciale e non sempre sono il frutto di una rilevazione di mercato attenta e super partes. Non sembra adeguatamente applicato il criterio di "terzietà" dei soggetti chiamati a stabilire i prezzi.

RICERCA ARTICOLI

Google™ Ricerca person  
Ricerca Avanzata • I più letti



ALTRE NOTIZIE

■ Convergenza e sinergia: AISP e CFO delineano obiettivi comuni per il futuro della filatelia

Per fare un esempio concreto delle conseguenze della confusione venutasi a creare, è sufficiente osservare che vi sono settori di grande interesse collezionistico, come le ex Colonie italiane, che vedono paradossalmente ridursi il bacino di acquirenti, a fronte di un continuo ed ingiustificato rialzo delle quotazioni consolidato negli ultimi 15 anni, che non corrisponde alla realtà di mercato, dove questi pregiati materiali non trovano collocazione, neanche se proposti con sconti del 70%.

E anche questo sembra il frutto di una politica globalmente autolesionista che invece di allargare la base ha incrementato improvvidamente "l'altezza".

E così invece che investire nell'attività di promozione, si è preferita la via facile del costante aumento delle quotazioni, che illudono il collezionista, ma che altrettanto illusoriamente aumentano in termini relativi il valore dello stock dei commercianti.

Risulta evidente che i vantaggi non sono per il mercato. E se da una parte il collezionista stesso si potrà brevemente illudere di avere un aumento di valore della collezione, d'altra parte quando andrà a vendere, subirà più degli altri soggetti, i rigori di un sistema non realisticamente legato alla domanda ed all'offerta. E così dovrà attendersi un'offerta non superiore al 15% del prezzo di catalogo per le sue collezioni, sempre che siano al momento di interesse commerciale. Sgradevole a dirsi, ma è la verità.

In passato, sia in Italia che all'estero, si è avuto il coraggio di riportare i prezzi alla realtà del mercato, che è poi lentamente ripartito allargandosi. Vedremo se si sceglierà di dare un futuro alla filatelia, nell'interesse di tutti e soprattutto delle Aziende che in questo settore lavorano e danno lavoro.

Qualcosa si muove e non è vero che non c'è "nulla di nuovo sul fronte occidentale". Ed infatti le giornate meneghine sono state rese più frizzanti dalla recente costituzione del Club della Filatelia d'oro italiana, di cui abbiamo dato notizia, del quale si attendono con curiosità ed interesse le iniziative concrete, al fine di meglio identificarne il ruolo "Istituzionale" ovvero la missione che si è data e che si propone di adempiere.

Per quanto riguarda le collezioni esposte, si è osservata una qualità media elevatissima, a testimonianza dei livelli di eccellenza raggiunti dai collezionisti italiani, sia per quanto attiene alla tecnica di progettazione e realizzazione delle collezioni, sia per i complessi temi affrontati, dalla prefilatelia alla storia delle comunicazioni, alla filatelia specializzata, con un cospicuo numero di raccolte che illustrano l'affascinante periodo filatelico degli Stati pre unitari e dei primi anni del costituito Regno d'Italia.

Ne è prova inconfutabile l'oro grande attribuito nell'esposizione di qualificazione, con 95/100, ad Angelo Teruzzi per l'inedita collezione "Relazioni postali tra il Regno di Sardegna e l'Impero Austriaco 1844 - 1861". Uno spaccato storico di grande rigore metodologico, realizzato con materiali estremamente significativi, di eccellente qualità ed elevato sincretismo.

Impossibile dare conto delle tante eccellenze che invero trovano riscontro nei livelli di medaglia e nei gran premi attribuiti, ma una menzione per il vincitore del gran premio della classe Campioni è doverosa. Si tratta di Antonio Ferrario con la collezione "Le vie di mare che unirono l'Italia", una collezione irripetibile che si legge come un libro ed ha un impatto storico e sociale che non si dimentica.

Una citazione speciale, per la rappresentatività e bellezza dei materiali utilizzati, va al Gran Premio per la migliore collezione 1 Quadro, conferito a Carlo Sopracordevole per la collezione "Interi postali provvisori della R.S.I. nei loro periodi d'uso".

Gran Premio nella Sezione Competizione al giovane Massimo Manzoni per la non facile collezione "Stato Pontificio, tariffe per l'estero 1852-1867".

Infine nonostante tutto, un futuro per la filatelia sembra possibile ed è a portata di mano, poiché "l'uomo è collezionista per natura".

Infine il francobollo ha dato ulteriore prova di essere ancora un veicolo di grande rilievo per la storia, la cultura, l'informazione, la pubblicità e di poter rappresentare un fatto economico importante: non sviluppare tutte le sue potenzialità o peggio, farlo morire per superficialità, ignavia o per l'egoismo miope di pochi, sarebbe un grave danno ... per tutti.

© Riproduzione riservata

#### SEGNALA AD UN AMICO

E-MAIL DEL DESTINATARIO	IL TUO NOME	<input type="button" value="INVIA"/>
-------------------------	-------------	--------------------------------------

#### COMMENTI

ANONIMO

24 MARZO 2010 13:37

L'utente ha risposto al commento [anonimo](#) del 24 marzo 2010. [Visualizza »](#)

Tutto giusto, ma io non vedo chiarite all'orizzonte.

La nostra unità di misura, il francobollo, viene inficiato dagli adesivi TP label, anonimi e privi di qualsiasi interesse. Vista la convenienza economica del loro utilizzo da parte di Poste Italiane, perché non renderle visivamente piacevoli con immagini pubblicitarie cambiate

periodicamente (ogni mese), in modo da creare interesse per le stesse e renderle quindi maggiormente collezionabili? Il maggiore costo della loro stampa verrebbe compensato dagli introiti pubblicitari.

Le nuove leve. A Ravenna i giovani collezionisti che partecipano alla manifestazione filatelica per loro realizzata dal circolo locale (300 allievi), non acquistano francobolli poichè vengono accompagnati alla manifestazione dai loro insegnanti e sono comprensibilmente sprovvisti di moneta. Le poste ravennati non vendono a sufficienza durante la giornata della filatelia e impongono al circolo locale ,pena la negazione dell'annullo, l'acquisto di 500 cartoline di poste italiane per fare fronte al costo dello stesso, sebbene l'accordo della FSFI con le poste prevedesse la loro concessione gratuita.

Ma non finisce qui. Personalmente ho visto propinare i folder emessi da poste italiane alle mamme che accompagnavano i figli neo collezionisti reduci dalla manifestazione al filatelico locale chiedendo cosa avrebbero potuto comprare e collezionare. La risposta era l'acquisto degli ultimi folder. E' possibile raccogliere appena seminato? Secondo me ci bruciamo alla partenza facendo spendere decine di euro in insulsi folder che i collezionisti in erba abbandonano al più presto, vista anche la situazione economica contingente. Come si fa a vedere solo il tornaconto momentaneo e non guardare al futuro? A che servono le tessere filateliche, i costosi folder privi di qualsiasi contenuto , capaci solo di spillare soldi ai presunti collezionisti? Torniamo alla filatelia vera , fatta di studio e di ricerca, di dentellature, di ristampe e di filigrane.

Mauro Dalla Casa

RISPONDI

ANONIMO

23 MARZO 2010 14:53

Caro Giuseppe, condivido perfettamente quello che hai scritto, secondo il mio sommosso avviso rispecchia perfettamente l'attuale realtà del mondo filatelico.

Ciao  
Giuseppe

RISPONDI

[Informazioni legali e condizioni di utilizzo](#) | [Privacy](#) | [Area Personale](#) | [Registrazione](#) | [Contattaci](#)

ItaliaInformazioni - Registrazione Tribunale di Palermo n. 38 del 09/10/2008 - Direttore Responsabile Salvatore Parlagreco - Editore Scinform s.r.l. - P.IVA 05702990820

a product by Zed Software Solutions - maintenance by Marco Zimmerhofer | progetto grafico Gomez & Mortisia

#### [Collezione Numismatica](#)

Le preziose riproduzioni della Lira coniate dalla Zecca di Stato!  
[www.StoriaDellaLira.it](http://www.StoriaDellaLira.it)

#### [Francobolli](#)

Offerte esclusive e ampia scelta  
Acquistare è facile e divertente!  
[www.eBay.it](http://www.eBay.it)

#### [Della Casa Editore srl](#)

I diffusissimi listini di vendita dell'area italiana e del mondo  
[www.dellacasaeditore.com](http://www.dellacasaeditore.com)

Annunci Google