

FilateliCa 2013

Tutti i colori della filatelia

Tavola rotonda - La filatelia oggi e domani

Protagonisti:

**Paolo Vaccari, Paolo Deambrosi, Franco Filanci, Marino Manuzzi,
Fabio Bonacina, Giovanni Piccione, Fabio Vaccarezza.**

Introduttrice:

Rosalba Pigni

Sabato 28 settembre 2013 a Portonovo di Ancona, nell'ambito di FilateliCa 2013, il Congresso organizzato dal Forum Filatelia&Francobolli, si è tenuta la tavola rotonda intitolata **La filatelia oggi e domani**.

Ad ogni partecipante è stato chiesto di parlare della situazione filatelica oggi, analizzando un settore specifico o un aspetto particolare del mondo filatelico, e poi di parlare del domani della filatelia o come auspicio o come previsione, per vedere se sia ipotizzabile che i protagonisti della filatelia possano lavorare insieme collaborando proficuamente affinché i colori della tavolozza filatelica siano sempre più vividi e brillanti, magari proponendo una idea valida su cui investire per allargare il collezionismo.

Di seguito una sintesi delle due ore di interventi, ottenuta sbobinando prima la registrazione parola per parola e intervenendo poi con tagli e limature per rendere il contenuto più snello e fruibile.

Paolo Vaccari – esperto e ricercatore, commerciante, editore - ha una grande passione per i francobolli degli Antichi Stati e ha sempre amato ricercare qualche cosa in più di ciò che era già stato detto. La soddisfazione gli deriva dalle scoperte. Ritiene che non ci sia una bibliografia esaltante e che ci sia ancora molto da studiare e da scoprire. Solo ora cominciano ad esserci testi che spiegano tariffe e destinazioni. Talvolta il materiale di certi paesi è scarso e difficile da trovare. Gli Antichi Stati sono molto collezionati anche all'estero: Modena, Parma, Romagna, Pontificio e Sicilia che con le incisioni di Juvara incanta ancora dopo un secolo e mezzo. Ritiene che i giovani siano oggi più acculturati di quelli nati attorno agli anni Quaranta. Questo aiuta a non far scemare l'interesse verso il settore filatelico. Il problema è la mancanza di soldi. La voglia di collezionare c'è ma manca la possibilità di acquistare. Situazione che si risolverà, ammesso che si risolva la crisi internazionale e mondiale. Questo per quanto riguarda i “vecchi” collezionisti.

I nuovi quando aprono un catalogo vengono spaventati dai prezzi. Dai confronti con il mercato e con internet vedono la grande differenza di quotazione e questo favorisce la sfiducia.

I venditori di cataloghi dovrebbero mettersi d'accordo, rivedere le loro posizioni e diminuire molto le quotazioni.

Questo aiuterebbe la filatelia perché i collezionisti non sono diminuiti, semplicemente non hanno soldi da spendere.

Paolo Deambrosi – direttore responsabile de L'Arte del Francobollo e dei cataloghi Unificato - si complimenta perché ritiene FilateliCa una manifestazione nuova e unica. In 35 anni di appartenenza al mondo filatelico non ha mai trovato niente di simile: finalmente si parla di filatelia. Analizza poi il mondo editoriale. In Italia ci sono 4 grandi case editrici filateliche: Bolaffi, Sassone, Vaccari e Unificato. Sassone edita soltanto un catalogo di francobolli, Bolaffi un catalogo e una rivista; Vaccari invece, oltre al catalogo e ad una rivista, edita anche altre opere filateliche. L'Unificato, oltre a cataloghi e due riviste, una mensile e l'altra semestrale, altre edizioni specializzate, guide e molti prodotti on-line. Ma delle quattro case editrici menzionate l'Unificato è l'unica che si può definire “pura”. Le altre tre gestiscono in parallelo anche una attività di vendita di francobolli e questa è una differenza determinante oggi, considerate le grandi difficoltà a mantenere una casa editrice. Un'altra realtà è la Federazione delle Società Filateliche, editrice di Qui Filatelia e altri numeri specializzati, che poggia la sua attività editoriale sulle quote degli associati e sulla pubblicità di “enti istituzionali”. Circoli filatelici e associazioni varie si danno da fare ma devono cercare risorse tra i loro associati o contributi da amministrazioni

regionali, provinciali o comunali, sempre più difficili da ottenere per i forti tagli in atto. Anche le amministrazioni postali pubblicano periodicamente libri o volumi specifici, solitamente per una emissione particolare o per la promozione di nuovi francobolli. Infine ci sono i privati che di tasca loro danno alla stampa il cataloghino della propria collezione. Questo è il quadro dell'editoria filatelica nazionale che si troverà sempre più in difficoltà principalmente per la diminuzione delle risorse derivanti dalle sponsorizzazioni e dalla pubblicità delle varie amministrazioni pubbliche. Ma l'editoria è fondamentale per tenere vivo il mondo filatelico. E fondamentale è il catalogo, non per le quotazioni ma in quanto strumento atto a dare quelle informazioni necessarie e indispensabili nell'allestimento di una collezione, di qualunque tipo si intenda. Ma dall'analisi di quanti cataloghi si vendevano nel '75 e quanti se ne vendono oggi emerge in modo inequivocabile che i collezionisti sono diminuiti. Ed è questo il problema più grande che investe il nostro settore.

La maggior parte dell'editoria on-line esiste perché la si può gestire a costo quasi zero, ma nel momento in cui si dovranno pagare i collaboratori, o quando verranno a cessare gli interessi commerciali paralleli, risulterà impossibile tenerla in vita.

E' indispensabile fare gli Stati Generali della Filatelia dove tutti i soggetti principali del settore, dalle amministrazioni postali ai circoli, dall'editoria ai commercianti ecc. si siedono attorno a un tavolo confrontando i dati in loro possesso per decidere una strategia comune per la rivitalizzazione del settore e per allargare la base collezionistica. Occorre capire dove si è e dove si vuole andare e poi chiedere ad agenzie pubblicitarie di studiare una strategia adeguata per tentare questo auspicato allargamento. Parlarne solo non serve a niente. Sono anni che lo si fa e non si è cambiata la situazione di una virgola.

Altra idea per una divulgazione della filatelia e un aiuto all'editoria potrebbe essere l'istituzione di una fondazione che raccolga tutte le risorse possibili dando poi spazio alle pubblicazioni più meritevoli. Cercare insomma di utilizzare i pochi fondi che ci sono in modo organico e mirato. In definitiva cercare tutti insieme soluzioni condivise atte a dare nuovo impulso al collezionismo filatelico.

Franco Filanci – presidente dell'Accademia Italiana di Filatelia e Storia Postale, grafico, art director -

asserisce che è ora di cambiare strada. La filatelia sta orientandosi più sulla storia della posta che sul semplice riempire caselle con francobolli. E forse è una delle strade per dare più importanza al collezionismo filatelico che non può essere semplicemente un hobby ma una disciplina scientifica. Il francobollo fin dall'inizio non è stato soltanto un mezzo per affrancare una lettera, ma la dichiarazione del potere di uno Stato.

E' una dichiarazione di proprietà: qui comando io. E lo si vede anche dalle sovrastampe durante le occupazioni. Può essere un messaggio, volontario o involontario. Può essere propaganda vera e propria, anche subliminale. Il francobollo può essere tante cose diverse. E limitarlo alla sola immagine estetica non ha senso. Il francobollo va valutato come ogni altra forma di comunicazione perché è una forma di comunicazione. Lo è sempre stato ma nessuno lo dice. Come lo sono stati il manifesto e la cartolina illustrata. Il francobollo rientra in questa categoria. E' un modo di esprimersi.

Per poter intervenire sulla situazione della filatelia occorre, prima di tutto, capire cosa si è. Si è collezionisti. Persone che amano mettere in fila cose che piacciono. Perché lo si fa? Se si parte dal concetto che questo è un settore totalmente voluttuario, il fine è la gratificazione. Alcuni si gratificano vincendo medaglie al palmares, altri scoprendo cose di cui non si era ancora parlato, altri mettendo insieme un piccolo museo su di un argomento. Il lato mercantile passa in secondo piano anche se ovviamente dovendo trovare il materiale che serve se c'è mercato è più semplice. Ma non è della massima importanza la rarità o la massima qualità. Se passa il concetto che una buona collezione deve necessariamente costare tanto, chi non ha possibilità finanziarie non comincia nemmeno. I commercianti devono cercare di soddisfare tutti, anche chi cerca il francobollino da 2 soldi che però serve alla sua collezione.

Da un altro punto di vista, per una gratificazione occorre che ci sia soprattutto un fattore culturale alle spalle.

Occorre non dare la sensazione, parlando solo di filatelia nelle scuole o di pezzi pagati tantissimo, che la filatelia sia un passatempo per ragazzini o per vecchi deficienti pieni di soldi. Occorre non vergognarsi di essere filatelisti e non vergognarsi di dirlo. Bisogna vedere il francobollo come modo per una gratificazione in più e cominciare a dire: io colleziono francobolli perché hanno alle spalle una certa storia. E ancor più storie ha da raccontare la posta in generale. Parlare della scarsella o dei cursores che a piedi giravano l'Europa per portare posta è interessante. Parlare dell'assedio di Parigi nel 1870 e delle spedizioni con balloon monté o dei piccioni che tornavano con i microfilm è interessante. E raccontare che invece di spendere 20 cent se ne spendevano 80 pur di cercare di mandare notizie con le boule de moulin è interessante. E sono tutte storie che fanno capire che la posta e il francobollo sono state cose centrali nella vita fino a 30 anni fa, finché non si è diffuso il telefono. Sono storie che radicano il concetto del francobollo importante e quindi gratificante se ci si applica. Al di là dei prezzi e di tutto il resto. Gli Stati Generali sarebbero utili se fossero la partenza verso una direzione del genere. Occorrono iniziative finalizzate a una strategia ben precisa. Occorre stabilire cosa si vuol fare e poi trovare la maniera migliore per dirlo, per raggiungere il pubblico. Necessita ben preciso il progetto di filatelia se vogliamo che la filatelia entri nel futuro. Il termine gratificazione è centrale.

Marino Manuzzi – direttore dell’Azienda Autonoma di Stato Filatelica e Numismatica di S. Marino - parla da ex profano della filatelia. Diventando direttore dell’azienda dice di aver conosciuto un mondo che sotto molti aspetti è affascinante. Ha scoperto che c’è una realtà di operatori commerciali che vivono del francobollo. E ha conosciuto molti ed illustri personaggi che fanno parte di una realtà ai più sconosciuta ma di una rilevanza estrema. Quale altro settore collezionistico conta i numeri della filatelia? E’ una realtà travolgente. Attraverso la filatelia si creano relazioni, a livello personale e fra Stati, di grandissima importanza. Il territorio di San Marino non è vasto, non ha gli F35, né le portaerei, né reggimenti di fanteria e per affermare la propria sovranità utilizza da più di cento anni la filatelia e la numismatica e la sua vera ed unica forza è il numero di amici che si crea.

La filatelia dal 1862 ha operato in questo senso, ha aumentato il numero di amici che si rivolgono a S. Marino.

La filatelia aiuta le relazioni e lo dimostra anche la simpatica serie dell’arcobaleno che non ci si sarebbe mai aspettati che legasse quest’anno S. Marino a FilateliCa!

Il francobollo nasce a S. Marino, e si sviluppa, come strumento economico per far aumentare le entrate ma fondamentalmente si rivela come strumento per affermare la propria sovranità. Collegandosi al discorso di Franco Filanci, se un paesino piccolo emette francobolli e conia monete diventa uno Stato, se è uno Stato è autonomo, se autonomo è sovrano. Le emissioni congiunte avute negli ultimi anni hanno permesso a S. Marino di relazionarsi con altre amministrazioni postali e con le autorità di quello Stato, aprendo ed intensificando i canali diplomatici. Solo riferendosi ad un passato recente sono stati realizzati contatti importanti, grazie ai francobolli, oltre che con l’Italia, con la Croazia, la Polonia, lo SMOM, l’ONU ed il Consiglio d’Europa, solo per citarne alcuni.

Il francobollo per San Marino è un elemento talmente particolare che va trattato in modo particolare.

Sono presenti in Repubblica molte associazioni e federazioni che hanno il port payé cioè degli sconti. Le aziende hanno quasi tutte le affrancatrici automatiche. La direzione delle Poste dice che in un anno vende solo 50.000 euro di francobolli, praticamente zero.

La proposta che fa il direttore dell’azienda, e che in Italia non potrebbe essere applicata, è quella di eliminare i port payé e rottamare tutte le affrancatrici. Il francobollo è uno strumento di affrancatura, deve circolare. Se S. Marino è piccolo farà circolare solo 500.000 francobolli ma deve farli circolare, altrimenti i ragazzi non sanno neanche cosa siano. Ora i ragazzi sono più acculturati ma non sanno cosa è il francobollo. Non lo conoscono. Hanno cioè rimosso completamente uno spicchio di cultura. A S. Marino ci si potrebbe permettere di abolire ogni altra forma di affrancatura e pretendere che ogni lettera e cartolina abbia il suo francobollo. Non risolverebbe il problema ma sarebbe una strada. Il francobollo deve affrancare.

Fabio Bonacina – giornalista e direttore responsabile del quotidiano *Vaccari News* - da 10 anni coordina il quotidiano on-line *Vaccari News*, specializzato nel settore filatelico e postale, con un progetto che non ha ancora dei riferimenti paragonabili noti, perché nasce nell’ambiente collezionistico e guarda alla cronaca.

La testata è sponsorizzata, come dice il nome, prevalentemente dall’azienda Vaccari ma non solo. Si rivolge ai collezionisti, ai quali dà informazioni in tempo reale su tutti gli aspetti che riguardano il settore: emissioni (l’intera area italiana nel dettaglio, le idee più curiose per il resto del mondo), anticipazioni, approfondimenti, attività editoriali, iniziative, normative... Internet offre una grandissima potenzialità per raggiungere un pubblico vasto e vario e si possono fare collegamenti e sviluppi che il cartaceo non permette, sia per scelte editoriali che tecniche. Nel web lo spazio è praticamente infinito quindi si può scegliere di parlare di francobolli ma anche di posta e di storia della posta, concetto declinato in decine di modalità.

Gli interlocutori sono quindi i collezionisti ma anche il curioso che scopre un mondo che non gli appartiene ma che poi giudica interessante, i colleghi comunicatori, i circoli filatelici (che dovrebbero migliorare nella comunicazione per interagire più proficuamente). Sul web tutto è gratis, ma per correttezza deontologica bisognerebbe chiedere prima di prendere e comunque citare sempre la fonte.

In questi dieci anni c’è stata una grande crescita nel volume di notizie, di pubblico e di traffico.

La caratteristica chiave è dare informazione più che commento. Nel 2012, durante la mostra internazionale sulla letteratura filatelica di Magonza, la testata è stata premiata con l’oro grande; Giancarlo Morolli, uno dei giurati alla stessa, ha commentato: “*Vaccari News* più che un giornale è una agenzia di stampa”.

Per quanto riguarda il domani, non ci si deve fermare al francobollo in quanto tale, perché il servizio postale va avanti, si trasforma.

Il francobollo è stata una eccezionale invenzione di 150 anni fa, che è durata molto più di tante altre (come il telegramma o la videocassetta). Ora, in quanto oggetto per affrancare una lettera, non esiste più. Sicuramente va valutato a livello antiquariale; ha alle spalle moltissima cultura. Le affrancature meccaniche in Italia sono state introdotte nel 1927 ed è da allora che si dice che il francobollo sarebbe morto. Invece è ancora presente, con le affrancature meccaniche. Le tp label son forse brutte ma hanno anch’esse una storia da raccontare; bisogna capirne la logica, in quanto metodo di affrancatura utilizzato da Poste Italiane e da altri operatori.

E’ vero che ci si vergogna ad essere collezionisti, come diceva Franco Filanci, ma non è un problema solo attuale. In un articolo di cento anni fa si diceva esattamente la stessa cosa. Eppure cento anni fa i francobolli c’erano e non

avevano concorrenti.

I circoli, tranne rare eccezioni, non hanno mai dato troppo, ad eccezione del servizio novità al facciale. I negozi di filatelia chiudono ma così come chiudono le salumerie e i negozi di scarpe, perché per ogni settore è cambiata la distribuzione. Segno dei tempi.

Il domani di *Vaccari News*? Cosa si può fare di più? Continuare con internet e utilizzare anche tutto ciò di moderno che si presenta. Vaccari è su facebook e, piccola sorpresa riservata proprio per FilateliCa, le estreme sintesi delle relazioni sono su internet, attraverso twitter. Solo 140 battute per ogni argomento, un pensiero non uno sviluppo, ma è un modo esemplificativo di cosa si può fare adesso e in futuro. Ci saranno di certo altri mezzi di comunicazione, si vedrà di utilizzarli, se possibile, a favore dello sviluppo della filatelia. Per il decimo anniversario di *Vaccari News* è stata realizzata la app gratuita dove le notizie sono organizzate in modo diverso e le foto appaiono valorizzate.

Giovanni Piccione – amministratore e presidente del forum Filatelia&Francobolli - esordisce dicendo che il web è uno strumento di comunicazione particolarmente nuovo, anche se esiste da diversi anni. Ma ultimamente il bacino di utenza è molto cresciuto e anche a una certa età il pc può diventare un importante strumento di compagnia e di apertura verso il mondo.

Il forum ha una media di 45.000 visitatori al mese. Provenienti da 110 paesi su 198 esistenti al mondo. E solo il 25% arriva davvero per sbaglio perché scappa dopo la prima pagina. E' una platea immensa con cui confrontarsi, dove trovare risposte e risolvere dubbi. Nel forum ci sono esperti in quasi tutti i settori. Persone che hanno pubblicato libri e ringraziano il forum perché ne ha accelerato notevolmente la realizzazione. L'unico merito personale che Giovanni accetta è quello di aver avuto l'idea di creare il forum e di aver avuto le conoscenze tecniche per realizzarla. Il web può avere un ruolo importante nel far crescere la filatelia. Roberto Monticini con il suo portale, la ditta Vaccari con l'informazione del *Vaccari News* e il Forum sono tre esempi diversi di come sul web si possa fare filatelia. Importante anche il lavoro dell'Unificato sul web, con il suo catalogo e la possibilità della manco-cedolista per una interazione con il collezionista. Molti spunti interessanti dalla tavola rotonda, bisognerebbe forse trovare un trait d'union tra tutti questi. Il percorso di ogni collezionista è diverso. Ma il collezionista adulto è stato almeno nel 90% dei casi un collezionista bambino. Certe emozioni, certe curiosità e certe scoperte vissute da bambino riguardo i francobolli rimangono dentro e ritornano poi da adulti quando si diventa collezionisti di ritorno. Puntare sulla filatelia giovanile è indispensabile per far sapere ai ragazzini che il francobollo esiste.

Per conciliare lo sviluppo e la tecnologia che avanza con la filatelia una idea potrebbe essere utilizzare le tp label per le raccomandate, arricchendole però di immagini che nulla toglierebbero al risparmio di tempo ma aggiungerebbero molto all'estetica e alla tematica.

I circoli potrebbero sostenere iniziative nelle scuole della loro zona e seguire i ragazzini regalando francobolli che li possano attirare. Poca spesa e investimento per il futuro. Qualcuno interessato uscirà. Un'ultima idea rivoluzionaria è quella di emettere francobolli anche per personaggi viventi. Darebbe un grande impulso perché farebbe sì che il francobollo venisse acquistato anche da chi filatelista non è. La squadra vincitrice dello scudetto, il vincitore di S. Remo, Miss Italia, il vincitore del mondiale di motociclismo sono solo alcuni esempi. Un francobollo dedicato a Valentino Rossi lo comprerebbero in moltissimi. E questo materiale entrato in casa di un ragazzo lo porterebbe magari da adulto a chiedersi se il francobollo esiste ancora e a interessarsene.

Fabio Vaccarezza – giornalista, esperto di francobolli locali di tutto il mondo, divulgatore - ritiene che il quadro del collezionismo filatelico non sia esaltante. A FilateliCa l'affluenza è stata molta e tutti sono soddisfatti e contenti ma se si guarda più in là, se si parla con i responsabili dei circoli, se si leggono i numeri di vendita delle riviste del settore, se si parla con i colleghi giornalisti esteri si percepisce che la diminuzione del numero dei collezionisti e la quasi totale mancanza di collezionisti nuovi, non necessariamente giovani, crea grossi problemi per il futuro. Il primo appello è rivolto ai colleghi giornalisti: si parla di francobolli, si raccontano storie di posta, si scrive sulla storia delle comunicazioni, si sa che il francobollo è testimone di avvenimenti, che ha contenuti culturali incredibili e lo si dice. Ma finché si scrive su riviste del settore ci si raccontano le cose fra addetti ai lavori e non si aggiungono nuovi lettori a quelli che già adesso sono collezionisti. Il suggerimento è quindi, per quanto possibile, di parlare di francobolli, o on line o su carta stampata, ospiti di riviste di altri settori. Far vedere come sia possibile partendo da questo semplice pezzettino di carta fare ricerche e spaziare in maniera incredibile in aree che non sono prettamente filateliche ma che sono cultura.

Mettendo da parte il collezionista danaroso che ha collezioni importanti e avanzate e spende cifre alte per migliorare i margini dei francobolli nell'album, il profilo del collezionista tipo è cambiato nel tempo.

Negli anni Cinquanta il collezionismo era molto in voga nelle scuole. Quasi tutti collezionavano francobolli. Col passare degli anni non è più stato così, altri interessi, altri stimoli, non ci sono quasi più ragazzi che collezionano.

Negli anni Sessanta erano in voga i "fogliettari". Si aveva la certezza che si sarebbe potuto rivendere con un incremento di almeno il 10% dopo un anno. Le riviste filateliche da mensili diventarono quindicinali e talvolta

uscivano anche ogni 10 giorni con gli aumenti dei prezzi. I foglietti sono spariti. Hanno i cassetti pieni di fogli interi non rivenduti a tempo debito e non collezionano più perché non erano veri collezionisti ma credevano di far guadagni facili attraverso i francobolli. Il francobollo può anche essere un investimento e permettere un guadagno ma bisogna essere già esperti e molto oculati.

Poi sono comparsi gli accumulatori anche detti raccoglioni. Scatole e scatole piene di roba. Anche loro stanno scomparendo perché un modo simile di collezionare non ha senso sotto nessun profilo.

E oggi? Chi è rimasto? Sono rimasti i collezionisti intelligenti, che hanno selezionato un'area specifica a cui si dedicano in modo approfondito. Può essere uno studio su un solo francobollo, o ricerca di storie dietro i francobolli che talvolta francobolli neanche sono ma sono passati per posta e sono legati al processo di trasporto della posta. Questi collezionisti amano la ricerca, sono curiosi, amano la cultura. Il francobollo non racconta solo la storia della posta, delle comunicazioni, della rivoluzione di un paese, è in generale cultura. Sapendo guardare il francobollo con curiosità la fascia di coloro che possono interessarsene aumenta a dismisura. Chi ha fantasia e sa viaggiare con la mente, chi sa guardare al di là del proprio naso e ha spirito di iniziativa, capacità di ricerca e dispone di un po' di tempo libero troverà nel francobollo un punto di riferimento, un punto di partenza fondamentale, uno stimolo che gli permetterà di trascorrere ore meravigliose e sorprendenti. Questo è il nuovo modo di collezionare, un collezionismo ragionato rivolto a persone che amano la cultura.

I giovani non vedono più i francobolli e hanno altri interessi. Hanno stimoli molto forti che provengono da internet attraverso telefonini, I pod, I pad, WhatsApp e via dicendo. Se nuovi strumenti li distraggono si deve cercare di sfruttare le nuove diavolerie tecnologiche in due modi: utilizzandole per la filatelia e facendo in modo che internet e i moderni mezzi di comunicazione siano utili per il nuovo modo di collezionare e per acquisire nuovi collezionisti.

Come allargare la base collezionistica? Rivolgendosi ad un target di persone non giovanissime, economicamente indipendenti e con un po' di tempo libero. Dimostrando ad amici e colleghi non collezionisti che partendo da un francobollo e utilizzando gli strumenti informatici ci si può divertire, si può comunicare, si possono ampliare le proprie conoscenze culturali e si può socializzare. PIACERE DIVERTIMENTO CULTURA SOCIALIZZAZIONE. Chi è curioso farà delle prove, molti lasceranno perdere ma alcuni inizieranno a collezionare. L'aspetto economico non è importante. Il piacere di comunicare, di conoscere e di stare insieme: questa è la nuova frontiera del collezionismo.