

Per rilanciare il collezionismo filatelico

Qualche proposta della Federazione: i primi passi assieme a Poste Italiane.

Prima di elencare le cose da fare per cercare di rilanciare il collezionismo filatelico è opportuno **fare il punto della situazione attuale**: in un momento già difficile, sia per la crisi economica in atto da qualche anno sia per una forte diminuzione dell'interesse verso il collezionismo dovuto a vari fattori, si è aggiunta una ormai cronica mancanza di disponibilità dei francobolli negli uffici postali. In vent'anni non era mai capitato di essere costretto, per inviare una lettera circolare a circa trecento società federate, di dover utilizzare francobolli ordinari non avendo trovato disponibilità immediata di francobolli commemorativi né negli uffici postali né presso i tabaccai interpellati.

Tirature e distribuzione dei commemorativi

È questo in assoluto il primo problema da affrontare: tirature dei francobolli commemorativi e loro distribuzione negli uffici postali. Sono ormai moltissime le segnalazioni dalle federate e da collezionisti che lamentano, negli uffici e negli sportelli filatelici, il mancato arrivo delle emissioni nel giorno previsto o l'arrivo di un quantitativo talmente ridotto da non poter esaudire le richieste.

La situazione irrita fortemente i collezionisti: molti di loro decidono di **smettere la collezione** delle nuove emissioni ed è ovvio che nuovi collezionisti non ne nascono. Pietro La Bruna ha detto che vorrebbe che la filatelia diventasse il fiore all'occhiello dell'Azienda: piacerebbe a tutti e gli auguriamo di riuscirci.

La prima cosa è risolvere questo problema e la **soluzione** sembrerebbe assolutamente **semplice** se non addirittura banale: chiedere ai 13.000 uffici postali il quantitativo di francobolli necessari per soddisfare le richieste di collezionisti, tabaccai e clienti abituali, e poi inviare la quantità richiesta, dando disposizione che il quantitativo venga completamente venduto o utilizzato per le affrancature in ufficio, eliminando la possibilità di restituzione ai depositi.

Questo permetterebbe di individuare un corretto quantitativo da stampare, che non è detto debba essere sempre lo stesso, senza accumulo di resi nei depositi e garantirebbe un'efficace distribuzione negli uffici e sportelli filatelici. Che

la tiratura possa essere diversa da emissione ad emissione è legata al numero di francobolli per foglio, che varia da 28 a 45: per un gran numero di piccoli uffici, sicuramente diverse migliaia, un foglio per ogni emissione potrebbe essere sufficiente: evidente che nei due casi servirebbero tirature diverse.

Risolto questo fondamentale problema, che tranquillizzerebbe chi già colleziona, appare possibile dedicarsi ad una azione di **marketing** con l'obiettivo di creare nuovi collezionisti. L'Azienda ha 13.000 uffici frequentati ogni giorno da milioni di clienti: all'interno di ogni ufficio, dai più piccoli ai più grandi, vengono pubblicizzati con locandine e pieghevoli, i servizi che Poste offre agli utenti: sembra evidente che dovrebbero essere il **primo veicolo** da utilizzare per rilanciare la filatelia.

Una nota positiva viene dalla **programmazione** delle nuove emissioni: aver convocato la Consulta tempestivamente ha permesso di mettere a punto il calendario del 2015 già da qualche tempo e anche un buon numero di bozzetti sono già stati approvati dall'apposita Commissione.

Decisi e preparati i francobolli, però, occorre informarne la stampa e i collezionisti. Oggi le nuove emissioni vengono comunicate ai **giornalisti via mail**, ma il comunicato viene spesso mandato troppo a ridosso dell'emissione (uno/due giorni prima), con un testo pesantemente burocratico e di diffusione unicamente nazionale. Il comunicato va invece inviato sempre con almeno 10/15 giorni d'anticipo, e va usato un linguaggio giornalistico e adatto alla comunicazione.

È soprattutto, se si preparano per tempo i bozzetti, sembra possibile fare quello che diversi Paesi fanno già da tempo: produrre **locandine e pieghevoli che illustrino il programma filatelico semestrale**, con l'elenco e le date di uscita delle emissioni e le foto dei francobolli.

La distribuzione tempestiva di locandine e pieghevoli negli uffici postali, possibilmente in tutti ma almeno nei cinquecento sportelli filatelici, e l'effettiva esposizione di locandine e distribuzione di pieghevoli, sarebbe una base di partenza per una campagna pubblicitaria sicuramente di ottimo impatto.

È stato segnalato che a Termignon, paesino francese della Savoia di tremila abitanti, nell'ufficio

postale esiste una bacheca con i francobolli degli ultimi sei mesi che si possono acquistare: sicuramente la stessa cosa avviene in tutti gli altri uffici postali francesi; non si vede perché la stessa cosa non possa esistere anche nei nostri uffici postali. Altra nota positiva è l'interesse che il nuovo Presidente di Poste, **Luisa Todini**, sta dimostrando per la filatelia: la partecipazione alla presentazione delle nuove emissioni, dalla Nutella al francobollo per la Marsica e l'intervento all'inaugurazione di Romafil ne sono un esempio. La stessa Presidente, nel suo primo intervento in Consulta a luglio dello scorso anno, ha parlato di filatelia nei media, della pubblicità Progresso, di *product placement* in serie televisive con ottime *audience* e quiz televisivi: iniziative sicuramente valide che occorrerebbe sviluppare e realizzare.

Attività nelle scuole

La Federazione sta attuando da anni un vasto programma di presentazione della filatelia nelle scuole, tramite le proprie federate e appassionati volontari; ha anche siglato, assieme a Poste, un protocollo d'intesa con il ministero dell'Istruzione. L'attività viene svolta spesso in collaborazione con il personale locale di Poste; ciò deve continuare e svilupparsi.

Presenza di Poste Italiane a Expo 2015 e in manifestazioni fieristiche

È già prevista la partecipazione di Poste Italiane all'**Expo 2015**. Se compatibile con gli spazi, la struttura e il personale a disposizione, è auspicabile anche un'attività di diffusione della filatelia e della ricerca e cultura filatelica, offrendo la possibilità di partecipazione alla Federazione e/o alle associazioni filateliche specializzate e/o all'Istituto di studi storici postali.

Manifestazioni filateliche a concorso organizzate dalla Federazione

In occasione di Milanofil, Romafil e di altri eventi filatelici la Federazione organizza da anni esposizioni a concorso. Si tratta di un momento di competizione e confronto fra collezionisti, ed è **molto atteso**. Esistono alcune voci contrarie a questa attività, che sono però frutto di scarsa conoscenza dell'ambiente collezionistico e di aprioristici rifiuti.

Al contrario, il confronto e la competizione sono elementi sempre presenti anche nell'attività filatelica, sono di stimolo ai collezionisti affermati, interessano anche a quelli meno affermati; è un evento coinvolgente anche per Poste, e la collaborazione fra le due strutture deve quindi continuare e svilupparsi.

Pietro La Bruna, il nuovo Direttore Filatelia di Poste Italiane

di Bruno Crevato-Selvaggi

Pietro La Bruna è il nuovo Direttore di Poste Italiane Filatelia: dal 2 gennaio 2015 si è insediato nella carica. Qualche domanda per capire il suo pensiero sui francobolli italiani e sulle società federate.

Dal gennaio 2015 il nuovo Direttore di Poste Italiane Filatelia è **Pietro La Bruna**. Romano, 52 anni, già in Divisione Filatelia dal 1998 al 2003 (era nello staff manifestazioni); dirigente dal 2005, direttore di Filiale a Terni, responsabile supporto operativo per l'Area centro, poi ancora direttore della Filiale Roma sud, poi Cagliari, poi dell'area territoriale Nord-ovest.

Lei è collezionista di francobolli. Che cosa colleziona?

Quando ero bambino i francobolli e le cartoline che ricevevano i miei a casa mi incuriosivano. Staccavo col vapore i francobolli dalle cartoline. A nove anni acquistai per 1.000 lire, in uno di quei piccoli negozi di filatelia che allora esistevano, un piccolo raccoglitore. Conservavo quanto staccavo, poi mi dedicai con maggiore attenzione alle novità d'Italia, San Marino e Malta.

Poi tralasciai, come tanti, per altri interessi, per riavvicinarmi in età adulta, anche grazie ad accresciute possibilità economiche.

Ora colleziono Italia Repubblica. Ho chiuso la collezione in lire e i tre anni della doppia valuta lire / euro. E continuo con i valori in euro. Quando posso, acquisto belle buste e cartoline, attratto da motivazioni estetiche e culturali, senza un piano preciso. Ultimamente ho un po' trascurato, per i pressanti impegni di lavoro. Ho ereditato anche la collezione di mio suocero, che me l'aveva espressamente affidata prima di morire, affinché non si disperdesse. Aveva belle buste di fine Ottocento, molto di Regno, la Repubblica completa.

Collezione anche tappi di bottiglie e i cartellini dei convegni e degli eventi dove ho partecipato.

Cos'è per Lei personalmente il francobollo?

È una delle ultime cose che caratterizza un Paese. In un mondo di globalizzazione, francobollo e bandiera sono i simboli nazionali più forti. E in più, il francobollo racconta la storia. L'altro giorno ero alla presentazione del francobollo per il terremoto della Marsica, ho scoperto aspetti e storie riferiti ai soccorsi, giunti anche da molto

lontano, che non conoscevo assolutamente. In quell'occasione, riflettevamo anche come da un evento così catastrofico è sorta la volontà di ricostruire. Tutto ciò, partendo da un francobollo. Il francobollo, insomma, è l'ultimo baluardo della cultura e del background di ogni paese e della sua storia, ed è capace di ricondurci a tanti aspetti e avvenimenti.

E professionalmente?

Non vedo il francobollo come oggetto commerciale, ma come fiore all'occhiello dell'azienda.

Poste Italiane è un'azienda moderna, la filatelia può essere quel qualcosa in più, quel valore aggiunto che può consentirle di fare arrivare anche un messaggio di attenzione alla cultura del nostro Paese.

Nel suo Piano d'impresa, l'Amministratore delegato, l'ing. Caio, vuole rilanciare il mondo postale. E il francobollo ne è parte integrante.

I collezionisti italiani, rappresentati dalla Federazione, attendono dalla nuova gestione dati o conferme sulle manifestazioni e il sostegno ai collezionisti. Prima di tutto, i due grandi eventi organizzati sino da Poste Italiane Filatelia, cioè Milanofil e Romafil.

Vogliamo organizzare ambedue gli eventi. E vogliamo farlo in linea con le aspettative dei nostri amici filatelisti. Ci sono tutte le premesse; stiamo lavorando. Romafil certamente in ottobre. Per Milanofil stiamo trattando con la struttura che ospiterà la manifestazione. Per quanto riguarda la data, verrà definita a breve (l'intervista è stata rilasciata il 16 gennaio) ma visto quando siamo partiti, e dato che non vogliamo sovrapporci né a Pasqua né ad altri eventi, stiamo pensando alla seconda metà di aprile.

Per la promozione e l'organizzazione, negli ultimi anni Poste Italiane Filatelia concede alle società federate un annullo ad iniziativa all'anno, più uno per la Giornata della filatelia (per chi la organizzava).

Continueremo, credo proprio di sì. Stiamo riscrivi-

vendo le regole, per dare a tutti certezze e trasparenza.

Altre iniziative a sostegno delle società federate?

Dalla settimana prossima inizio a incontrare tutti gli attori del mondo della filatelia: la Federazione per i collezionisti, i commercianti, i giornalisti. Vorrei ascoltare tutti, circoli, commercianti, giornalisti, per aprire un tavolo comune ed immaginare un percorso comune che ci conduca ad individuare le cose più giuste da fare. Mi serve quindi un po' di tempo: vorrei prima sentire e parlare con tutti, poi rilanciare le attività.

Da un po' di tempo si parla di "francobolli ordinari" e "francobolli filatelici". Distinzione che i collezionisti rifiutano, perché i francobolli sono tutti uguali. Chiedono di abolire questa terminologia inesatta e fuorviante. Che ne pensa?

Lavoreremo in questa direzione. Per me non ci sono distinzioni, il francobollo è francobollo. Adotteremo rapidamente una nuova terminologia.

Ultimamente ci sono stati diversi problemi legati alla distribuzione e al reperimento dei francobolli sul territorio. Soprattutto negli ultimi mesi, i francobolli non erano disponibili ovunque sul territorio. L'ultimo esempio, il giorno dell'emissione il francobollo per il terremoto della Marsica non era disponibile in una grande città come Palermo.

Non posso certo negarlo, è vero. Il problema c'è stato, ma ne siamo consapevoli e lo stiamo affrontando. La soluzione è in fase di realizzazione. Il nostro obiettivo è diffondere i francobolli e farli arrivare in tutti gli uffici.

Bene. Poi bisogna anche farli usare. Secondo disposizioni abbastanza recenti, per alcuni oggetti postali ("prodotti", nella terminologia attuale) come la Raccomandata¹, vi è l'espresso divieto di affrancarli con francobolli. Ha intenzione di fare pressioni perché questo divieto venga revocato?

Su ciò è necessario confrontarsi con i colleghi dei servizi postali. Attualmente la questione non è alla nostra attenzione. Ne parleremo nei prossimi incontri.

Un altro punto che sta a cuore ai collezionisti riguarda le nuove emissioni. Oltre alla distribuzione, le questioni riguardano, intanto, la preparazione dei bozzetti. So che ieri era in Giunta d'arte, com'è andata?



Conosco il problema. Lavorerò per velocizzare il processo in modo strategico, perché se rincorriamo l'emergenza saremo sempre in emergenza. Nella riunione di ieri abbiamo lavorato su diverse cose, febbraio e marzo li abbiamo definiti.

L'informazione al momento è in ritardo. I comunicati stampa arrivano tardi, a volte ad evento già svolto; le comunicazioni per le nuove emissioni all'ultimo momento. L'obiettivo che la Federazione ha proposto da tempo è quello di un

pieghevole semestrale con tutte le emissioni del semestre che verrà, con date e immagini. Che ne pensa?

Ci proviamo. Ma, con l'aiuto dei colleghi della comunicazione, ci riusciremo, ne sono certo.

Ultimamente ci sono stati alcuni sbalzi riguardanti la tiratura. Si è parlato di riduzione per forti scorte e per variazioni tariffarie, ma gli 800.000 esemplari della fine 2014 è troppo poco; poi si è risaliti a 1,6 milioni. Come continuerà?

Bisogna soddisfare le diverse esigenze: diffondere il francobollo e non dover gestire giacenze che non fanno bene al mondo della Filatelia. Avere il prodotto nei tempi e nelle quantità giuste sul territorio. Credo che 1,6 milioni sia un buon numero, in linea con le necessità, e quindi al momento ci attestiamo su questa tiratura.

Bene. L'importante è poi diffonderli tutti equamente agli uffici. Sono questi i principali auspici della Federazione: date certe di uscita dei francobolli, trovarli in tutti gli uffici, vederli usati.

Per tornare all'inizio, il prossimo appuntamento filatelico, ci ha detto, quasi certamente sarà Milanofil. La Federazione organizzerà qualche esposizione, e Lei è un collezionista. Ci affida qualche pagina della Sua collezione per esporla fuori concorso? Volentieri.

Benissimo, ci contiamo. Arrivederci a Milano!