

OK, IL PREZZO È GIUSTO!

Si parla di Gigi Sabani, valori accessori e compagnie aeree per spiegare come devono cambiare i cataloghi.

Di Giulio Filippo Bolaffi

Il fortunato programma televisivo degli anni Ottanta e Novanta condotto da Gigi Sabani stimolava i concorrenti a trovare il prezzo corretto dei prodotti presentati di volta in volta. Una situazione molto simile è quella in cui sempre più spesso si trovano i collezionisti che devono “indovinare” il prezzo corretto dei francobolli, confrontando i valori di commercianti, case d’asta, listini, siti di e-commerce e cataloghi.



In televisione però, alla fine, per ogni oggetto c’era solo un prezzo giusto, mentre nel “quiz filatelico” non c’è una risposta univoca. Prima di tutto perché due francobolli, apparentemente identici, in realtà identici non lo sono mai e bastano **lievi differenze qualitative** a giustificare prezzi diversi. E poi perché, a parità di condizioni qualitative, esistono comunque molte **variabili** che producono importanti **oscillazioni di prezzo**.

Alcune variabili derivano da elementi oggettivi, accessori del francobollo stesso, come per esempio il tipo di **certificato** che lo accompagna, dal momento che le firme di alcuni periti sono garanzia di plusvalore, mentre altre, purtroppo, del contrario. E poi c’è la provenienza del pezzo – il cosiddetto **pedigree** – la cui tracciabilità è elemento di garanzia, storicità e censo.

Il prezzo dipende però non soltanto dalle caratteristiche intrinseche all’oggetto stesso, quanto piuttosto da chi lo propone e come. Per uno stesso oggetto, venduto al mercatino delle pulci oppure nella boutique di una via scintillante, il compratore si aspetta un cartellino di prezzo diverso ma anche diverse tutele. Lo stesso vale per i francobolli: **garanzie contrattuali, rispetto delle norme fiscali, dilazioni di pagamento** e altri **servizi ad hoc** per il cliente rappresentano un evidente valore aggiunto, che deve però essere incluso fra gli elementi che concorrono alla formazione del prezzo finale.

Fino a non molti anni fa esisteva praticamente un solo metodo di acquisto al dettaglio, quello attraverso il **commerciante di fiducia**. Allora le **aste** erano rare e quasi monopolio di professionisti del settore, mentre

l’**e-commerce** era lungi dall’essere inventato. All’epoca i **cataloghi** erano la “bibbia” perché indicavano in modo indiscusso il giusto prezzo per una vendita al dettaglio, con tutte le caratteristiche accessorie di cui si è detto. Oggi i tempi sono cambiati. Al di là del diverso contesto storico – con il mutato apprezzamento di alcuni francobolli rispetto ad altri e sempre con l’imprescindibile distinguo

qualitativo – bisogna aggiungere all’equazione le attuali varieghe modalità di **offerta dei francobolli al dettaglio**, che vanno di pari passo con prezzi di riferimento tarati sulla base dei diversi canali distributivi utilizzati.

Per poter paragonare i prezzi in modo corretto, non “mele con pere”. La mia proposta è quindi che, a fianco dei tradizionali cataloghi, che presentano i prezzi di vendita praticati nello storico commercio al dettaglio – dove, a fronte di numeri apparentemente più elevati, si riceve in cambio maggiore valore aggiunto – possano esserci anche **cataloghi indicativi di pezzi offerti da canali di vendita a valor aggiunto minimo o pari a zero**.

Se un passeggero sceglie di volare da A a B con una **compagnia aerea low cost**, pagherà un prezzo basso e avrà in cambio un servizio inferiore rispetto a una compagnia di linea tradizionale, magari viaggiando anche in business class, ma arriverà comunque a destinazione. Se però il volo venisse cancellato, le garanzie accessorie offerte dalla compagnia tradizionale assicurerebbero tutele maggiori rispetto a quelle basiche della società low cost.

Per cui alla domanda di Gigi Sabani su qual è il prezzo giusto per volare da A a B, la risposta giusta sarebbe stata “dipende”. Per i francobolli vale la stessa risposta, ma con la consapevolezza che anche in filatelia, oggi, ci sono **offerte low-cost, mid-cost e full-cost**, con tutte le differenze del caso. Purtroppo però, per ora, siamo rimasti ancora ai cataloghi per sole offerte full-cost, mentre l’offerta è cambiata e il cliente necessita strumenti per poter dire con sicurezza “OK, il prezzo è giusto!”.

IL COLLEZIONISTA



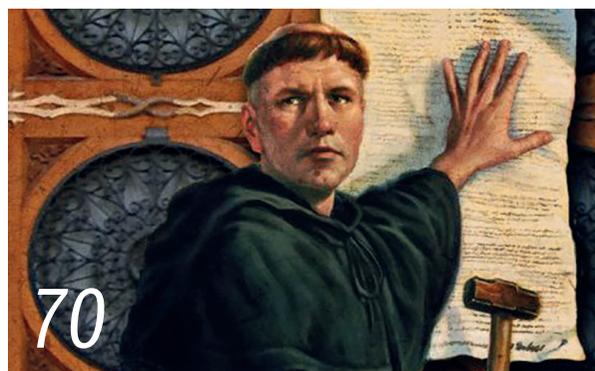
SERVIZI

- 1 PRIMA DI TUTTO. OK, il prezzo è giusto!
- 4 COVER STORY. Nulla oppure troppo
- 14 COLLEZIONARE ICARO. Destinazione Brasile
- 18 STRAORDINARIE. La Democratica
- 23 IL RICORDO. Saverio Imperato, "il campione dei campioni"
- 28 BACKSTAGE. Percivalle, l'uomo che falsificò se stesso
- 32 PEDIGREE REALE. Un missionario come non ce ne sono altri
- 36 PERCORSI DI POSTA. Carte puntinate per ciechi
- 38 IN CATTEDRA. Propaganda contro, propaganda pro
- 42 VISITA AL MUSEO. Ripensamenti in corso
- 45 NUMERI UNO. I rocchetti di cotone di Guiana
- 46 DENTRO IL FRANCOBOLLO. L'Italia al lavoro, ieri e oggi
- 52 TROVATO NEL CASSETTO. Le cartoline di Gundobin
- 53 THE NEWSROOM. Onori pubblici per un reperto privato



RUBRICHE

- 6 MERCATO | ASTE NEL MONDO. In giro per case d'asta
- 10 FOCUS | ASTE NEL MONDO. Asta Bolaffi
- 12 CALENDARIO ASTE. Appuntamenti d'inverno
- 13 IMPREVISTI&ERRORI. Che pasticcio con i colori!
- 54 IN TABELLA E SULLA PAGELLA.
(Quasi) ultime novità di Italia, San Marino e Vaticano
- 68 CIRCOLI DA CIRCOLETTO ROSSO. Il Cifo
- 70 LA FORMA DELLA FIRMA. Martin Lutero
- 71 MEDIATECA CHARTA. Monografie 2020, cataloghi 2021
- 73 RARITY FAIR. Tesori della Guiana britannica
- 75 c'È POSTA PER TE. Le vostre domande, le risposte degli esperti
- 76 YIN&YANG. Verne vs Wells
- 77 COMPRO VENDO SCAMBIO. La bacheca dei vostri annunci
- 79 AGENDA. Gli appuntamenti da non perdere



A causa dell'altissimo numero di nuove emissioni, la rubrica *In tabella e sulla pagella* è stata eccezionalmente spostata a p. 54.

COVER Il rimando è a pp. 4-5 con il richiamo al silenzio del Mise cui fa da contraltare la proliferazione di emissioni italiane.

Per errore la copertina del numero di settembre riportava la numerazione progressiva 4: la redazione si scusa. Si trattava del terzo numero dell'anno: il precedente, giugno-agosto, non è uscito a causa dell'emergenza sanitaria, come da comunicazione inviata a tutti gli abbonati.