

Cari Andrea, Piero e Sebastiano,

mentre trovo encomiabile l'idea della sottoscrizione lanciata ieri da Piero Macrelli, mi sembra del tutto inopportuna e inappropriata la destinazione di questi fondi: una o più pagine pubblicitarie di critica nei confronti di Poste Italiane, da pubblicare su più quotidiani. Credo infatti che il tempo delle giuste critiche sia finito e sia invece necessario passare a delle serie e concrete proposte. L'indubbiamente grave situazione venutasi ultimamente a creare costituisce, a mio avviso, una straordinaria opportunità per trasformare questa negatività in positività.

Come? Tornando ad essere protagonisti. Prendendo preliminarmente atto che il tempo delle supplenze, che in molti casi ha finito col deresponsabilizzarci, è finito. In troppe occasioni, infatti, abbiamo delegato a Poste Italiane iniziative che per loro natura erano di stretta responsabilità delle singole componenti filateliche. Abbiamo lasciato che altri si rimboccassero le maniche pensando che tutto ci fosse dovuto. Arrivando in taluni casi anche a protestare perché pretendevamo ancora e sempre di più. Quel tempo, volenti o nolenti, ripeto, è finito.

L'Associazione filatelisti italiani professionisti dovrebbe tornare ad organizzare i convegni commerciali, la Federazione fra le società filateliche le mostre e le esposizioni, l'Unione stampa filatelica, a sua volta, dovrebbe occuparsi degli uffici stampa e della comunicazione in generale.

In questa ottica sarebbe forse necessario creare un gruppo di lavoro permanente composto da Poste, Afip, Borsa filatelica nazionale, Fsfì ed Usfi, chiamato ad organizzare le varie manifestazioni.

Bene inteso Poste Italiane dovrebbe, come faceva un tempo, concorrere adeguatamente alle spese organizzative attraverso l'affitto di ampi spazi sui quali collocare il proprio (o propri) punti vendita.

Mi rendo ben conto che la proposta non è per niente originale, anzi è una riproposizione, adeguata per quanto possibile ai tempi attuali, di quanto si faceva nel passato. Molti di noi ricorderanno come il Convegno filatelico di Milano fosse promosso e organizzato dalla Borsa filatelia nazionale, mentre del Convegno di Roma si occupava la Federazione fra i commercianti di francobolli da collezione, d'intesa con l'Associazione filatelica italiana. La prima si occupava del convegno vero e proprio, la seconda della mostra.

Non solo. Quando Riccione decise di annullare la tradizionale Fiera internazionale del francobollo, gli editori dei principali cataloghi non si limitarono a criticare l'iniziativa adottata dall'Amministrazione comunale della "perla verde dell'Adriatico", ma d'intesa con la Borsa filatelica nazionale decisero -a loro spese- di trasferire a Milano il "capodanno della filatelia". Per contenere i costi, giovedì la presentazione è avvenuta in una sede meno sfarzosa rispetto agli anni passati. Non mi pare che questo abbia minimamente influito sul buon esito (quantomeno organizzativo) dell'incontro che, sono convinto, proseguirà anche negli anni venturi. Magari non più con la semplice collaborazione dell'Usfi, ma con l'Unione stampa filatelica italiana partecipe dell'evento. Non già, attraverso fondi di cui non dispone, ma occupandosi dell'ufficio stampa e collaborando con la Borsa filatelica nazionale per assicurare presenze istituzionali che finora sono mancate. Poste Italiane, oltre a risorse, potrebbe mettere a disposizione l'impiego di un annullo speciale da usare presso lo Spazio filatelia con, nell'illustrazione, le copertine dei cataloghi e la scritta: "Presentazione cataloghi 2016".

La filatelia, intesa come commercio e come collezionismo, non dovrebbe, poi, perdere l'occasione di "Expo 2015", non tanto attraverso il solito convegno e la solita mostra, quanto piuttosto ideando qualcosa di innovativo nel cui ambito i francobolli vengano venduti e vengano visti attraverso una esposizione a misura d'uomo concepita ed allestita per i collezionisti meno impegnati e, in special modo, per il grande pubblico. Le internazionali, di tanto in tanto, possono anche avere una loro ragion d'essere -anche in questo caso vanno ripensate-, in quanto permettono ai grandi collezionisti di mostrare i loro elaborati, sapendo però che in tale caso il pubblico è giocoforza modesto. "Italia 2009" ha dimostrato che, se ha avuto un successo di pubblico, ciò è essenzialmente dovuto ai piccoli collezionisti che nei giorni conclusivi hanno affollato i vari stand delle singole

Amministrazioni postali, Italia in testa. Ma sono le esposizioni destinate al grande pubblico che mancano.

Nel ringraziarvi per il tempo che avete dedicato a queste mie riflessioni scritte di getto e che vi prego di considerare tali, ve le offro augurandomi che arricchirete con azioni concrete le proposte che riterrete valide, vi saluto con la massima cordialità.

Milano, 15.09.2014

Danilo Bogoni

Andrea Mulinacci
presidente Associazione filatelisti italiani professionisti

Piero Macrelli
presidente Federazione fra le società filateliche italiane

Sebastiano Cilio
presidente Borsa filatelica nazionale