

venditori improvvisati che comperano lotti per liquidare al dettaglio ogni briciolina, da furboni che piazzano porcherie di ogni tipo (ma ci sono sempre stati), da seri commercianti che cercano di tenere prezzi coerenti con la qualità del prodotto. Nell'ultimo decennio anche le aste sono state assorbite dal web e i negozi on line si sono moltiplicati a discapito di quelli fisici.

L'acquirente ha una visibilità mondiale per le proprie compere e di fatto il prezzo lo fa chi acquista, non più chi vende: ecco il grande cambiamento che disorienta il sistema. Spesso non vale più la pena neanche di fare scambi poiché si trova tutto più facilmente.

Cresce però l'assenza del rapporto umano, del confronto con un esperto o talvolta solo con qualcuno che ascolti la passione che il collezionista o il commerciante hanno bisogno di sprigionare. Ecco dunque l'importanza degli eventi specializzati di aggregazione: le fiere, le mostre, le esposizioni filateliche, le associazioni, i circoli, eccetera.

È proprio alle fiere che si materializzano tristemente le percezioni legate alla mancanza di ricambi generazionali che possano invertire tale declino o dove si percepisce l'assenza di una politica a medio termine degli Enti Postali che possa rinvigorire l'interesse a un oggetto non più in uso, il tutto accompagnato dalla lontananza delle associazioni che vivono nella propria bolla o alla rumorosa passività dei commercianti.

Per provare a interessare i giovani alla filatelia, è fondamentale creare sinergie con i loro attuali interessi e modernizzare l'approccio al collezionismo dei francobolli; occorre trasformare la filatelia da passatempo solitario e statico a esperienza tematica, interattiva e socialmente rilevante.



Crociera Balbo (Unif. PA27), prezzi di catalogo: nel 2016 nuovo 1100 €, nel 2026 a 650 €



Gronchi Rosa (Unif. 921), prezzi di catalogo: nel 2016 nuovo 1500 €, nel 2026 a 975 €



Servizio di Stato (Unif. SA1), prezzi di catalogo: nel 2016 nuovo 4600 €, nel 2026 a 3200 €

In pratica occorre portare la filatelia laddove i giovani già ci sono, ovvero nel mondo dei Fumetti, delle Anime, delle Figurine e degli eventi popolari.

Possibile che non si possano organizzare i convegni numismatici/filatelici in sinergia con i corrispettivi organizzatori di altri settori collezionistici? Sarebbe una bella "botta di vita filatelica" vedere gli stands dei commercianti in padiglioni aperti al colorato mondo dei fumetti o delle figurine.



Lucca Comics & Games la fiera internazionale del fumetto, animazione, giochi e fantasy, nel 2025 ha registrato la vendita di 280.000 biglietti

Lo ha capito perfettamente Poste Italiane che assicura la propria presenza a questi eventi popolari promuovendo francobolli e pubblicazioni a tema (fumetti, anime, videogiochi, serie Tv, personaggi popolari come Diabolik, Lupin III, Dragon Ball Z...), basti pensare al successo riscosso dai Folder dedicati. Anche il concetto "edizioni limitate o rarity", tipico di comics e figurine, rientra ora nelle strategie con esito positivo di Poste italiane, come testimoniato dai recenti prodotti Pokemon.

Parallelamente, purtroppo, il mondo filatelico non crede a tali eventi per via dell'alibi fornito dall'elevato costo logistico poiché, come consuetudine, tra commercio e associativismo non si può far squadra: la parola "insieme" non è contemplata neanche per ridurre i costi.

Insomma, portare la filatelia all'interno di manifestazioni dedicate a comics, giochi, e cultura pop (come Lucca Comics & Games o Romics), con stand interattivi, pubblicazioni dedicate all'evento e presentazioni di nuove emissioni tematiche, è sicuramente una opportunità di vendita (magari non solo filatelica) e di coinvolgimento delle nuove generazioni.

Bisogna incuriosire i giovani partendo da collezioni basate sui loro interessi specifici (sport, gastronomia, enologia, animali, spazio, personaggi storici...), che sono più immediati e appassionanti rispetto alla collezione "classica" per nazione.