

Il Club della Filatelia d'Oro

di Alessandro Arseni

Intervista a Emanuele Gabbini

Conosco Emanuele Gabbini dal 1980 e imparai moltissimo dalle sue capacità di manager di grandi industrie. All'epoca avevo da poco creato una casa d'aste, la Arphil, ed Emanuele mi propose l'idea di effettuare una ricerca di mercato, o indagine conoscitiva, sul mondo della filatelia. Nessuno, a quel tempo, aveva mai interrogato i collezionisti su come "vedevano" la filatelia agli inizi degli anni '80 e quali potevano essere le loro aspettative dal mercato. I risultati di questa indagine, per alcuni versi sorprendenti, mi permisero di accrescere le mie conoscenze su argomenti che riguardavano l'aspetto psicologico che muove il collezionista e imparai a capire meglio come comportarmi in un microcosmo nel quale si poteva avere un dialogo con tutte le discipline del mondo come la storia, la geografia, l'economia, l'arte, la teologia, la filosofia, la sociologia, tutte in una sola attività: il collezionismo filatelico.

Nel mondo della filatelia si creano legami molto forti tra persone che hanno la stessa visione e collezionare francobolli o storia postale porta trascendenza nella vita di un individuo, espande i parametri, trasmette energia. E questa energia l'ho ritrovata ancora in Emanuele, dopo trent'anni, più che mai certo che il suo "Club della Filatelia d'Oro", da poco creato, possa divenire un punto di riferimento per nuove idee, proposte e dialogo con tutte le componenti della classe filatelica italiana.



Quali sono gli scopi del "Club della Filatelia d'Oro Italiana"?

Sono essenzialmente due: promuovere o, meglio, dare esempi di promozione ad adulti non collezionisti, per espandere la attuale base, perchè riteniamo che il problema più grande della filatelia italiana, oggi, è che non ci sia un numero sufficiente di collezionisti. Molti collezionisti diventati anziani o scomparsi non sono stati sostituiti dalle nuove generazioni, perchè nessuno ha mai fatto una effettiva promozione agli adulti negli scorsi venti anni. Quella ai ragazzi, che viene fatta egregiamente dalla Federazione da qualche anno, va sicuramente bene, ma i risultati, se ci saranno, si vedranno a lunghissimo termine.

Per poter fare questi eventi promozionali bisogna organizzare delle manifestazioni che richiedono fondi, ed è chiaro che questi non li può avere un Club come il nostro, per cui il primo problema sarà quello di trovare i mezzi, ma a noi basterà fare alcune manifestazioni che, se di successo, potranno diventare di esempio ed essere seguite da altri. In fondo la promozione della filatelia dovrebbe essere preoccupazione più dell'Associazione dei commercianti e di Poste Italiane che non dei collezionisti.

Il secondo obiettivo, invece, è quello di proteggere (in America si direbbe "Lobby", ma da noi questo termine ha un significato negativo) il collezionismo sano. Oggi non esiste un ente che abbia come scopo quello di far sentire la voce dei collezionisti seri, cioè quelli che studiano ma anche che spen-

dono soldi, che ricercano la soluzione a tanti problemi: dai cataloghi e le loro quotazioni, ai periti e al modo di fare i certificati. Naturalmente c'è la Federazione, ma che ha altre cento incombenze.

Come è strutturato il lavoro nel Club?

Una delle cose che mi ero proposto nella creazione del Club, insieme ai diciassette promotori, era che se non fossimo arrivati a coinvolgere almeno cento soci, non avremmo proseguito nel progetto. Strada facendo ci siamo accorti che i collezionisti che hanno ottenuto negli ultimi quindici anni una medaglia d'oro sono 190. Ma contattandoli uno per uno, abbiamo scoperto che una decina non hanno la e-mail e una trentina hanno smesso di collezionare o sono passati a miglior vita. Questo vuol dire che allora i soci potenziali potevano essere solo centocinquanta. Raggiungerne cento poteva quindi essere un obiettivo, difficile da conquistare, eppure lo abbiamo raggiunto in sole tre settimane.

Abbiamo scoperto che salvo qualcuno che considera la situazione come ineluttabile, l'entusiasmo della maggioranza è grande, così come la voglia di cambiamento e questo ci ha dato la forza di andare avanti nel progetto. Poi, quello che riusciremo a fare lo vedremo nei prossimi mesi. Il sito sta per essere terminato ed è essenziale perchè rappresenta il motore del nostro lavoro. Il lavoro procederà quindi nel seguente modo: scelto un argomento del programma da affrontare, sarà studiato e sviluppato un "Parere" da un Consigliere relatore che avrà il compito di preparare una prima bozza da inviare

simultaneamente a tutti i membri del Consiglio. Questi avranno modo di accettare, discutere ed emendare i punti trattati nella relazione ed i commenti saranno simultaneamente visti da tutti i Consiglieri. La bozza, emendata a seguito dei suggerimenti e annotazioni, sarà quindi inviata al Presidente che avrà ancora la possibilità di effettuare qualche modifica. A questo punto la bozza sarà inviata ai "Simpatizzanti" che non potranno modificarla, ma esprimeranno un parere, favorevole o contrario. Anche sulla scorta di questa importante indicazione, ci sarà la votazione del Consiglio. Se approvata dalla maggioranza dei Consiglieri, la bozza sarà mandata ai Soci che la voteranno. Solo con la votazione favorevole della maggioranza dei soci votanti, diventa definitivo un "Parere" del Club e pubblicato sul sito. Identica procedura per la formulazione degli "Inviti". È un sistema complesso, ma elaborato per rappresentare al massimo il parere dei collezionisti e possibile solo con l'uso delle moderne tecnologie di comunicazione. "Pareri" ed "Inviti" saranno sempre comunicati alla Stampa filatelica con apposito comunicato stampa. Naturalmente gli inviti saranno anche mandati alle persone o Enti interessati che, ci auguriamo, possano prendere in considerazione le nostre proposte.

Quali sono le priorità e come intendete agire?

Normalmente le Associazioni filateliche funzionano con decisioni prese da pochi membri, cioè da un Consiglio, dove chi decide sono due o tre persone. Noi vogliamo agire con una base allargata, e rite-

niamo che se così non fosse, non varrebbe la pena di creare una nuova Associazione. Quindi le priorità vengono dalle richieste dei Soci. In questo momento abbiamo cento Soci e venticinque simpatizzanti che stanno compilando due schede. La prima chiede: "Cosa faresti se avessi la possibilità di modificare qualche cosa nella filatelia". L'altra domanda: "Cosa faresti per sviluppare la filatelia". In futuro, i Soci potranno inviare nuove richieste al Consiglio in qualunque momento attraverso il sito del Club. Naturalmente, ottenute le risposte, si farà un programma e questo compete al Consiglio che, nel nostro caso, è di ben venti persone. Utilizzando l'attuale tecnologia, via internet, è possibile, con relativa facilità, lavorare in gruppo anche se si risiede in posti lontanissimi e così, quando il Club esprimerà un "Parere", non sarà il parere del Presidente, ma sarà quello della maggioranza del Consiglio e della maggioranza dei Soci.

Perché i soci devono aver conseguito una medaglia d'oro alle esposizioni FIP?

Innanzitutto il Club non si vanta del fatto che i Soci abbiano ottenuto una medaglia d'oro né vige il principio che è più importante colui che ha ottenuto più medaglie d'oro, ma necessitava mettere una discriminante come esiste, ad esempio, per le associazioni riservate ai commercianti, agli editori dei cataloghi o alle associazioni dei giornalisti. Occorreva quindi un metodo inequivocabile ad identificare un Club di collezionisti "maturi". Questo, naturalmente, non vuol dire che chi ha ottenuto una medaglia d'oro sia migliore di chi non l'ha vinta. Siamo ben consci che per ogni collezionista che ha vinto una medaglia d'oro ce ne sono almeno due, di pari importanza, che non espongono,

ma non c'era altra alternativa: noi vorremmo tra i Soci idealmente tutti quelli che hanno esposto e che hanno conseguito questo risultato. Sino ad oggi, abbiamo i due terzi dei soci potenziali. Le attività che abbiamo intenzione di promuovere sono comunque nell'interesse di tutti i collezionisti, per cui abbiamo inserito nello Statuto la categoria di "Simpatizzante" riservata a colui che non ha mai vinto una medaglia d'oro semplicemente perché non ha mai esposto o perché non ha ancora raggiunto questo risultato. Potrà comunque partecipare alla vita del Club sotto questa veste ed esprimere il proprio parere su tutte le iniziative del Club.

Quale potrebbe essere l'azione del Club rivolta ad un editore di un catalogo nazionale di francobolli se i cataloghi sono sempre stati espressione e lo specchio di una politica essenzialmente "privata e commerciale" che riguarda la scelta dei francobolli da catalogare e le loro valutazioni?

Certo, l'editore è libero di fare quello che vuole e nessuno può interferire nelle sue scelte, ma il collezionista è anche libero di smettere di acquistare quel determinato catalogo se non corrisponde più alle sue aspettative. Qui la storia ci aiuta un poco: il fatto che i cataloghi italiani hanno tutti il nome di un commerciante, significa che l'origine è quella. Però, c'è stata una evoluzione: se il catalogo è un listino, va benissimo, non c'è nessun problema quando un catalogo "dice" io vendo a questi prezzi. Questo lo faceva Landmans, Sirotti o Gloria, solo per citare alcuni nomi di importanti commercianti ora non più attivi con un catalogo. Allora il collezionista sapeva che poteva comprare a quei prezzi e poteva vendere con lo sconto di una certa percentuale. L'evoluzione successiva è stata che il catalo-

go, invece, ha voluto essere il valore di mercato. Allora se il catalogo vuole essere il valore di mercato, dovrebbe avere un riscontro tra le risultanze di mercato, ma mai come oggi questa caratteristica non corrisponde alla realtà. Tutti sappiamo che il valore di mercato è il punto d'incontro tra domanda e offerta, ma se la differenza tra il valore del catalogo e il valore delle transazioni (vendite dirette o aste) continua ad essere così ampia, significa che i valori riportati dal catalogo sono sostanzialmente sbagliati. Ricordo che nel catalogo del 1923, il famoso catalogo della "Vittoria", fu definito quantomeno il principio che la catalogazione dei francobolli era compito di una commissione di esperti, mentre la valutazione era libera scelta del Sindacato dei negozianti i cui soci potevano liberamente pubblicare listini di vendita mantenendo però la numerazione del catalogo che non pubblicava valutazioni.⁽¹⁾

Oggi, invece, abbiamo cataloghi con numerazioni

(1) "Catalogo storico descrittivo dei francobolli d'Italia", compilato a cura di una Commissione nominata dal VII e VIII Congresso filatelico italiano, edito a Genova dalla Società Anonima Cooperativa Editrice fra Filatelici Italiani. Dalla Prefazione si riporta: "...nella seduta del VII Congresso del 26 giugno 1920, si procedeva alla scelta di due Commissioni: una con l'incarico esclusivo della compilazione composta da Achillito Chiesa, Emilio Diena, Pompeo Fabbri, Arturo Ermo Fiecchi e Leopoldo Rivolta, l'altra investita dal mandato di preparare e di concretare un piano finanziario della impresa editrice composta da E. Marini, F. Ramella e Leopoldo Rivolta. Fu inoltre deciso che l'opera non dovesse portare indicazioni di prezzi, concedendo al "Sindacato fra i negozianti di francobolli per collezione in Italia" ampia facoltà di dare in luce periodicamente dei listini di prezzi, compilati seguendo le numerazioni adottate nel catalogo".





Il Catalogo della "Vittoria" pubblicato nel 1923

diverse, qualcuno considera un francobollo una varietà mentre un altro no, è il caos insomma. La nostra posizione sarà più chiara, fra breve, quando la maggioranza dei soci avrà espresso il proprio parere e, con molta probabilità, uno dei primi problemi che il Club affronterà sarà proprio quello che riguarderà i cataloghi.

Gli Editori, naturalmente, sono liberi di fare le loro scelte, ma si dovrebbero rendere conto che fanno un prodotto che sta in piedi con la pubblicità, e gli inserzionisti fanno la pubblicità se ritengono che i loro probabili clienti utilizzano quel catalogo, ma se per assurdo un catalogo non dovesse essere più usato dal collezionista, forse a questo punto l'Editore dovrebbe rivedere qualche concetto del proprio prodotto.

Non pretendiamo di "dettare legge" ma cercheremo di esprimere il nostro parere sui cataloghi con dei dati e di documentare ciò che, secondo noi, non ha senso. Ci metteremo anche a disposizione per una "tavola rotonda" con un editore o con tutti gli editori, se lo vorranno fare.

Quale invito si potrebbe dare ad una casa d'aste per "le modalità di pubblicazione dei risultati"?

Le aste non rappresentano, al momento, il problema più grande della filatelia anche se rappresentano una grossa fetta di mercato. Esistono aste pubbliche e per corrispondenza e la trasparenza di queste ultime è, naturalmente, differente dalle prime. Il problema, in questo caso, è quello che non c'è modo di verificare le reali offerte. Bisognerebbe insistere, ad ogni modo, che nel giro delle quarantotto ore ogni casa d'aste pubblici i risultati di vendita, mentre adesso alcune non li pubblicano per niente mandandoli soltanto a chi ha fatto una offerta.

Per ottenere i risultati che il Club auspica, quali azioni possono essere intraprese se la risposta alle vostre richieste dovesse rivelarsi negativa?

A questa domanda bisognerebbe rispondere con un sorriso. Il Club è una specie di "sindacato", nel senso più nobile della parola, perchè sostiene gli interessi dei collezionisti. Prendiamo, ad esempio, il sindacato più potente al mondo, quello dei camionisti in America. Se dice: "domani si sciopera", non gira un camion da nessuna parte. Noi non abbiamo e non vogliamo lo stesso potere: il nostro è solo la forza del ragionamento. Abbiamo creato un sistema complesso prima di arrivare alla formulazione di un "Parere" o di un "Invito". Ed è complesso per garantire due cose: che sia stato meditato bene e che rappresenti veramente il pensiero della maggior parte dei collezionisti. Per il solo fatto di esistere, il Club ha già una grande forza. Certamente, può essere ignorato, ma questo potrebbe portare a delle conseguenze. Per esempio, se dovessimo arrivare a dire che i prezzi dei cataloghi sono del tutto non realistici e gli Editori non li cambiassero...beh, si potrebbe giungere a invitare le case d'asta a non citarli più nelle loro descrizioni. Oppure si potrebbe invitare i collezionisti a non acquistare più i cataloghi. Questo è il massimo che possiamo fare, ma ci auguriamo che tutto avvenga in un clima di collaborazione e non di scontro.

Potreste, in teoria, per protesta, rifiutarvi di esporre alle manifestazioni?

Io credo che non sia la prova di forza che risolve i problemi. Le guerre non hanno mai risolto nulla, mentre la diplomazia, in buona fede, ha una grande forza. È chiaro, comunque, che stiamo parlando di un hobby e che la gente vuole divertirsi, quindi il Club non dirà mai ai propri soci "non collezionate più" o "non esponete", perchè altrimenti andrebbe contro l'altro scopo principale del Club che è lo sviluppo della filatelia!

Non pensi si debba giungere ad un "Congresso" dove il collezionismo organizzato (Club, Circoli e Associazioni) si possa confrontare con dibattiti, richieste e proposte al mondo commerciale e politico della Filatelia?

Di Congressi Filatelici ce ne sono stati almeno nove negli anni '10 e '20: erano riunioni di studiosi e collezionisti che si trovavano per giorni e che arrivavano a importanti deliberazioni. Qualcuno in tempi recenti ha chiamato "Congresso Filatelico" ciò che in realtà non è. Oggi, un Congresso Filatelico potrebbe nascere quando ci fosse la volontà ferma da un lato della Federazione dei collezionisti e dall'altro da quella dei Commercianti e dalle Poste. Io sono dubbioso che questa volontà ci sia. Ma non basterebbe mettere tutti intorno ad un tavolo, un Congresso andrebbe preparato con studi seri di Commissioni. Certo, sarei felicissimo se si potesse fare. Bisogna anche considerare che oggi il mondo è più complicato di una volta: Negli anni 20' si collezionavano solo francobolli, ed era più facile affrontare solo il problema delle emissioni dello Stato. Oggi la filatelia è divisa in mille ragnoli; parlare di commercianti tradizionali, che non esistono quasi più, è difficile. Oggi esistono delle figure che fanno i commercianti, fanno la casa d'aste, fanno i periti e quindi i conflitti di interesse sono molteplici. E poi c'è stato l'avvento delle ven-

dite su internet. Le Poste sono un Ente privato, ma le emissioni sono decise dal Governo...è complicato. Ognuno sembra andare in una direzione diversa. I collezionisti sono ancora strutturati come cento anni fa con i Circoli e le Associazioni, ma internet sta mettendo in crisi queste strutture specie nelle grandi città. Circoli e Associazioni formano comunque una Federazione della quale si può ammirare o criticare l'operato, ma almeno è strutturata. Ma i commercianti, benché esista una Associazione, non lo sono. I periti non si capisce perchè facciano parte della stessa Associazione dei Commercianti, e gli Editori lo stesso. È un insieme di tutto dove, però, non esiste una politica chiara della categoria anche perchè al suo interno esistono interessi fortemente diversi. Questi, comunque, non sono problemi che possiamo risolvere noi. Il club farà, in sintesi, un buon lavoro se si occuperà solo dei due punti che abbiamo elencato. Il Club non vuole occuparsi di cose che siano già responsabilità di qualcun altro.



Il Logo del Club della Filatelia d'Oro

Emanuele Mario Gabbini nasce nel gennaio 1945 a Milano, è stato ufficiale di complemento dei Bersaglieri, è sposato dal 1971 ed ha una figlia. Ha lavorato in Italia, negli Stati Uniti ed in Gran Bretagna ricoprendo incarichi direttivi in diverse aziende multinazionali.

Dal suo rientro in Italia, nel 1991, si è occupato di consulenza di strategia ed organizzazione aziendale e di finanza straordinaria.

Da diciotto anni vive ad Arese in provincia di Milano.

È stato collezionista di francobolli fin dall'infanzia, mentre negli ultimi trentacinque anni si è occupato prevalentemente di storia postale. Ha assemblato una cinquantina di collezioni, trenta delle quali ora vendute, che ha regolarmente esposto dal 1984 ottenendo numerose medaglie d'oro e d'oro grande in esposizioni sia in Italia che all'estero. Ha vinto inoltre alcuni "Gran Premi".

Ha scritto sei libri e numerosi saggi ed articoli pubblicati su numerose riviste filateliche; è coordinatore dei tre volumi del Catalogo "Unificato" di Storia Postale.

È stato Consigliere della Federazione tra le Società Filateliche Italiane ed è stato Vicepresidente, Consigliere o Proboviro di alcune Associazioni filateliche nazionali. È Membro della Royal Philatelic Society e socio a vita dell'Italy and Colonies Study Circle.