



# Il Commercio Filatelico in Italia

L'EVOLUZIONE A CAVALLO DI DUE SECOLI

di EMILIO SIMONAZZI

*Sig. Dot. Emilio Simonazzi*  
Vittoria Colonna 20  
e Mensile Illustrata

CREATI DAL 1840 AL 1874  
colla loro data di emissione

LORO VALORE COLORE

Abbonatevi

ROMA  
Filatelico  
Italia

P. R. DE TOE  
Mondo A  
VENERAS 5 DOPPIA MATRIDI  
Filateli

Con quest'opera ho voluto contribuire ad una ricostruzione dell'attività commerciale filatelica che nel tempo ha accompagnato, affiancandolo, lo sviluppo del collezionismo di francobolli nel nostro Paese, dai primi anni dell'unità nazionale sino agli anni ottanta del novecento.

Non ho avuto, né potevo avere, la pretesa di citare tutte le ditte che nel lungo corso degli anni hanno commercializzato i francobolli, ancorché lo sforzo sia stato quello di rappresentare un quadro d'insieme il più esaustivo possibile, per far conoscere al lettore ed in particolare a coloro che si sono avvicinati all'affascinante mondo del francobollo da non molto tempo, quanto si sia consolidata negli anni la filatelia.

Non va sottovalutato, infatti, lo stretto legame da sempre esistente fra commercio e collezionismo filatelico, in quanto quest'ultimo ha costantemente avuto necessità di fare riferimento al primo per potersi sviluppare.

Ad un iniziale momento durante il quale gli scambi possono aver consentito il sorgere delle primissime collezioni di francobolli, è subentrata poi un'attività commerciale che si è evoluta con il progredire del collezionismo filatelico.

Jean Clavel nel lontano 1928 ebbe a scrivere su *L'Echò de la Timbrologiè*, riferendosi al commercio filatelico: "... non è un paradosso dire che quelli che vivono della filatelia sono quelli che a loro volta la fanno vivere".

Una realtà economica di non indifferente rilievo che consente di sviluppare una realtà culturale e di svago socialmente importante quale è il collezionismo filatelico; realtà nella quale il francobollo primeggia come attore principale nelle sue varie sfaccettature: oggetto di desiderio, mini manifesto promozionale, strumento commemorativo o di diffusione culturale.

**Concludo, chiedendo anticipatamente venia per le tante omissioni che potranno emergere dalla narrazione, non dovute certo ad una minore importanza delle ditte commerciali che non siano state ricordate, quanto piuttosto ad un'impossibilità di averne potuto rilevare l'esistenza.** Con l'aiuto di chi vorrà collaborare e che qui ringrazio anticipatamente, sarà possibile correggere eventuali inesattezze e integrare dati e notizie mancanti in una prossima edizione.

**Emilio Simonazzi**