



**UNIONE STAMPA FILATELICA  
ITALIANA**



**ASSOCIATION INTERNATIONALE DES  
JOURNALISTES PHILATELIQUES**

## **SUGGERIMENTI PER IL COMUNICATORE POSTALE E FILATELICO**

### **PREMESSA**

La stampa filatelica diffonde le informazioni sulle nuove emissioni, permettendo ai collezionisti di conoscerne in dettaglio i contenuti ed inserire il materiale di loro interesse nelle raccolte.

L'Unione stampa filatelica italiana e l'Association internationale des journalistes philatéliques, che coinvolgono i giornalisti e gli scrittori specializzati a livello italiano ed internazionale, hanno redatto una serie di suggerimenti su come predisporre tali informazioni, affinché esse possano venire utilizzate al meglio da chi è chiamato ad analizzarle ed eventualmente a diffonderle, sfruttarle per articoli specializzati, inserirle nei cataloghi.

Tali suggerimenti dovrebbero mettere in grado le amministrazioni emittenti di ottimizzare l'uso di un canale di informazione specializzato quanto gratuito per comunicare con i potenziali clienti.

### **CARATTERISTICHE DELLE INFORMAZIONI**

**Per ciascuna nuova emissione si raccomanda di inviare questo materiale:**

- 1) comunicato, secondo quanto indicato più sotto;
- 2) immagine di ciascun valore emesso;
- 3) Immagine di ciascun annullo primo giorno in uso.

Inoltre, potrebbero essere utili:

- 4) il testo del bollettino illustrativo o della scheda riguardante l'emissione;
- 5) informazioni su eventuali prodotti filatelici collegati.

### **CONTENUTI DEL COMUNICATO**

Secondo le regole giornalistiche, il testo introduttivo dovrebbe essere:

- attraente e convincente, in grado cioè di indurre chi legge a farsi promotore della notizia;
- facilmente riutilizzabile e diretto, permettendo anche il semplice "copia e incolla".

**Il comunicato deve contenere queste informazioni:**

**Elementi tecnici dell'emissione, come:**

- data di eventuale prevendita e data di emissione;
- motivo dell'emissione, esplicitando eventuali sigle o acronimi;
- valori nominali (se questi sono sostituiti da sigle o indicazioni del tipo di servizio, meglio indicare anche il costo al momento dell'emissione);



## UNIONE STAMPA FILATELICA ITALIANA



## ASSOCIATION INTERNATIONALE DES JOURNALISTES PHILATELIQUES

- composizione (numero di francobolli per foglio, esistenza di confezioni diverse come minifogli, foglietti, libretti con relativi prezzi se differenti dalla semplice somma); indicazione di soluzioni tecniche particolari, come appendici o vignette senza valore facciale; posizionamenti tête-bêche, più valori se-tenant, decorazioni e testi presenti sul bordo;
- importo dell'eventuale sovrapprezzo e beneficiario del medesimo;
- dimensioni;
- dentellatura (tipo, valore numerico);
- filigrana (se presente);
- tipo di gommatura (cioè se tradizionale o autoadesiva);
- tipo di carta, luminescenza;
- tipo di stampa e stamperia;
- autore e/o incisore del bozzetto;
- tiratura;
- eventuale data ultima di vendita al pubblico;
- eventuale data di scadenza validità;
- luogo di impiego per l'annullo o gli annulli del primo giorno;
- nome e carica dell'autore che ha firmato l'eventuale scheda o bollettino illustrativo;
- nel caso di interi postali, prezzo di vendita, se questo è diverso dal nominale;
- disponibilità di eventuali prodotti collezionistici e gadget collegati (ad esempio: buste primo giorno, folder, libri, cd).

### **Caratteristiche del soggetto**

- descrizione del soggetto principale e di eventuali dettagli secondari.

In particolare si raccomanda di fornire:

- nome completo dell'autore, anno di realizzazione e luogo di conservazione delle opere d'arte (ma anche di manifesti, fotografie...);
- produttore e tipo/modello di mezzi di trasporto o manufatti chiaramente identificabili;
- un riferimento specifico per animali, fiori (utile la terminologia scientifica), luoghi geografici...
- una breve descrizione supplementare del soggetto specifico, soprattutto se poco comune (ad esempio, biografia sintetica del commemorato, descrizione della struttura o del luogo citati).

In altre parole, per una serie che ad esempio riguarda il Natale, non interessa avere degli approfondimenti su quanto è importante la ricorrenza, ma sul soggetto della carta valore, e magari il motivo della scelta.

### **Emissioni congiunte**

In caso di emissioni congiunte, è auspicabile avere le medesime, parallele, informazioni (e le relative immagini) riguardanti le cartevalori degli altri Paesi coinvolti. Indicando, inoltre, se queste verranno vendute (come e a quanto) presso il partner.

## **MODALITÀ DI INVIO DEL COMUNICATO**

### **Come**

L'invio delle informazioni dovrebbe essere fatto con posta elettronica. Questo sistema è preferibile e più pratico rispetto ad altri, come il dover visitare periodicamente un sito e scaricare i materiali più recenti.



## UNIONE STAMPA FILATELICA ITALIANA



## ASSOCIATION INTERNATIONALE DES JOURNALISTES PHILATELIQUES

- È auspicabile una sola e-mail per emissione.
- Allegare alla mail i file relativi ai punti 1-5 (cioè le caratteristiche delle informazioni).

### Caratteristiche tecniche dei file

- testi: file MS Word o prodotti compatibili (doc, txt, rtf). I file pdf sono utilizzabili solo se copiabili;
- lingua: oltre a quella nazionale, si suggerisce l'uso dell'inglese;
- immagini: usare file jpg con risoluzione a 300 dpi, grandezza 1:1. Specificare se (e come) è possibile ottenere immagini a risoluzione superiore, per ingrandimenti ed effetti speciali. Eventuali limitazioni d'uso conseguenti a copyright dovrebbero essere chiaramente specificate.

Non inserire le immagini nei file di testo o nel corpo della mail poiché si creano problemi di qualità, ma allegarle come file jpg.

I nomi dei file dovrebbero contenere una parola chiave per facilitarne il reperimento in tempi successivi (ad esempio, nome della persona, dello sport, del fiore, della città cui l'emissione è dedicata). In caso di più valori, si potrebbe aggiungere il valore nominale ("Calcio060", "Calcio070").

### Quando

L'obiettivo è mettere in grado i media di dare notizia di una nuova emissione il giorno del suo debutto o quello precedente. Tenendo conto dei tempi tecnici dei vari tipi di pubblicazione, il materiale dovrebbe pervenire in redazione:

- per la stampa cartacea di settore (periodicità mensile): almeno un mese prima della data di uscita;
- per la stampa quotidiana e le testate web: almeno un paio di giorni prima della data di uscita.

### CONSIGLI PRATICI

I media sono scarsamente interessati a notizie:

- già rese note ai filatelisti attraverso comunicazioni della stessa amministrazione postale o di suoi eventuali distributori ufficiali;
- diffuse quando l'emissione è già agli sportelli.

Il materiale commerciale di annuncio, rivolto ai clienti generici delle medesime amministrazioni, non è in grado di soddisfare pienamente le esigenze della stampa.

Se nella stessa data escono più emissioni, è meglio darne notizia su più giorni (oggi un'emissione, domani un'altra...), indicando nel primo comunicato titoli e valori nominali anche delle successive. Infatti, per motivi di spazio:

- i media generici possono essere costretti a sceglierne una sola, con conseguente perdita di importanti occasioni promozionali;
- i periodici specializzati possono avere problemi quando la concentrazione di troppe emissioni porta a superare lo spazio assegnato alla presentazione delle novità;
- i periodici web non riescono a valorizzarle adeguatamente.

Si consiglia di comunicare il **programma annuale** di emissioni non appena disponibile e di segnalare tempestivamente gli eventuali aggiornamenti.



**UNIONE STAMPA FILATELICA  
ITALIANA**



**ASSOCIATION INTERNATIONALE DES  
JOURNALISTES PHILATELIQUES**

### **TERMINOLOGIA**

L'aggettivo "filatelico" definisce gli oggetti rivolti ai collezionisti, ad esempio i folder o le tessere.

L'aggettivo "postale" fa riferimento al servizio di trasporto della corrispondenza.

In particolare:

- un francobollo non è un'emissione filatelica, ma un'emissione postale;
- una "cartolina postale" è un particolare tipo di intero postale, il cui servizio di trasporto è compreso già nel prezzo di vendita e, in genere, è simboleggiato dall'impronta di valore collocata in alto a destra;
- altri tipi di interi postali sono l'aerogramma, il biglietto postale, la busta postale; sono tutti delle cartevalori postali;
- nel caso l'affrancatura non sia compresa (cioè se per spedire l'oggetto occorre affrancarlo), allora vengono definiti semplicemente "cartolina", "busta" e così via.

Non esistono francobolli "tematici": potenzialmente ciascun francobollo ha un contenuto tematico, in virtù del motivo della sua emissione e del contenuto del suo bozzetto.

**PER EVENTUALI INFORMAZIONI E CHIARIMENTI: COMUNICAZIONE@USFI.EU**