



Postalmarket

Testimone dell'evoluzione di mode e costumi, il catalogo di vendite per corrispondenza **Postalmarket** è stato un simbolo di modernità per generazioni di Italiani. In particolare, esso ha offerto a tutte ma proprio tutte le donne d'Italia la possibilità di acquistare da casa, comodamente e ad un prezzo equo, la moda pronta che tutte sognavano di indossare.

Ora lo storico catalogo, nato nel 1959 da un'idea dell'imprenditrice **Anna Bonomi Bolchini**, brillante protagonista della finanza italiana, non esiste più, a seguito del decreto di fallimento emesso dal Tribunale di Udine su istanza del Gruppo Bernardi, che nel 2003 aveva rilevato Postalmarket con l'obiettivo di rilanciarlo (evidentemente senza riuscirci).

Negli anni '60 e '70 il colorato volume era diventato un must per intere famiglie che, stagione dopo stagione, l'aspettavano per rifarsi il guardaroba e rifornire la casa di tutti quei prodotti (dai giocattoli agli attrezzi per il giardinaggio, dalla biancheria ai gadget tecnologici) che la sera vedevano in tv a "Carosello", non sempre reperibili nei negozi dei loro centri, specie se piccoli e sperduti.

Tra gli anni '80 e i primi anni '90, **Postalmarket** era il leader assoluto del comparto con oltre 45mila spedizioni giornaliere. A fine anni '90 il suo volume d'affari era pari a circa 600 miliardi di lire e il numero di dipendenti ammontava ad oltre 1400, mentre prestigiosi stilisti firmavano i cataloghi più esclusivi. Su ogni copertina posavano celebri modelle e attrici, da Sylva Koscina alle gemelle Kessler, da Ornella Muti a Brooke Shields, da Monica Bellucci a

Cindy Crawford, solo per citarne alcune.

Dietro l'apparente semplicità della formula commerciale di Postalmarket si celava in realtà un'organizzazione complessa che faceva presagire gli sviluppi dell'economia del futuro. E quindi, asseriamo col senno di poi, anche la sua fine, sancita dal successo delle vendite online nel passaggio al Terzo Millennio.

La crisi vera deflagrò nel 1993, quando Postalmarket passò sotto il controllo del tedesco **Otto Versand**, colosso mondiale dello shopping per corrispondenza. Finita sull'orlo del fallimento, l'azienda venne rilevata nel 1998 dall'imprenditore e politico pugliese **Eugenio Filograna**, che decise di trasferire il business su Internet, riuscendo a riportare l'attività in utile e preparando addirittura la quotazione in Borsa. L'operazione però ebbe a saltare a causa di scandali che travolsero Banca Leonardo, sponsor unico di Postalmarket. Fu il tracollo: la società venne sottoposta a commissariamento ministeriale, poi ceduta a Bernardi, che si accordò con la francese La Redoute, ma il destino era segnato.

Ora resta solamente l'eco di quel refrain-slogan che gli Italiani hanno canticchiato per decenni: "Con Postalmarket, sai, usa la testa!". Ironia della sorte...



