

LegnanoNews

Le news di Legnano e dell'Alto Milanese

La parabola del catalogo Postalmarket, vero precursore dei moderni marketplace

divisionebusiness · Monday, April 12th, 2021

Il mondo dell'e-commerce è dominato dai **marketplace generalisti** attraverso i quali è possibile acquistare qualsiasi cosa, con una varietà di prezzi e di offerta talmente ampia da creare un senso di smarrimento e talvolta di frustrazione. Parliamo ovviamente di **Amazon**, sempre al centro delle cronache, sia per la spinta all'innovazione voluta da **Jeff Bezos**, sia per aspetti che riguardano la tutela dei lavoratori costretti a turni massacranti e a controlli al limite del film distopico.

Poi c'è **Ebay**, punto di raccolta per eccellenza di **venditori di ogni tipo**, che arranca e cerca di rimanere rilevante in un mercato altamente competitivo, reso ancora più difficile dalla presenza di **Aliexpress**, l'alternativa cinese in grado di abbattere ancor più i prezzi, a fronte di **attese interminabili**.

Il commercio corre su internet, e anche chi ha dei punti vendita fisici non può esimersi dal proporre la propria merce sul proprio **negozio virtuale**, personalizzandolo con offerte dedicate.

Tra questi ci sono quegli store che vendono un po' di tutto, dall'abbigliamento per tutta la famiglia, alla biancheria, all'oggettistica per la casa e per il tempo libero. Vedere la varietà di prodotti presenti su un **volantino NKD**, store conosciutissimo e molto diffuso in Europa con 1850 punti vendita in tutto il continente, non può che far tornare in mente quello che era il catalogo per eccellenza per le **vendite per corrispondenza**, vale a dire, **Postalmarket**.

Per le persone più giovani questo nome significherà poco o nulla, ma per chi ha già superato i 30 anni, si tratta di un **tuffo nostalgico** nel pieno della propria infanzia.

Andiamo a ripercorrere in breve la storia di questo catalogo, che se vogliamo, è stato un precursore di un modo di fare commercio lontano dai negozi fisici.

I primi passi

Postalmarket **nasce nel 1959** da un'idea illuminata di **Anna Bonomi Bolchini**, una Immobiliarista (che per la cronaca costruì il Pirellone), proprietaria di agenzie di assicurazioni e banche, e di una serie di altre attività. Insomma, un personaggio con uno **spiccato spirito imprenditoriale**, operante in settori in apparenza agli antipodi. Erano gli anni del **boom economico** post bellico e l'intuizione della Bonomi fu quella di pensare a un modo per raggiungere i piccoli centri abitati in cui le proposte commerciali scarseggiavano, offrendo alle persone che ci abitavano uno **strumento versatile e completo** per effettuare i propri acquisti, trovando delle alternative alla merce presente

nella piccola distribuzione locale.

Il [primo catalogo](#) viene stampato nel 1960 in **diecimila esemplari** da distribuire principalmente nelle edicole.

Il successo del catalogo è travolgente con un aumento dei clienti costante. Anche la proposta al suo interno cresce anno dopo anno, con articoli per tutte le tasche. La merce viene spedita dal **magazzino di Baranzate**, sostituito nel corso degli anni da una base logistica più capiente e capace di far fronte alle richieste.

L'apice del successo

Negli **anni '80** Postalmarket raggiunge l'apice del suo successo con una fatturazione che si aggira attorno ai 400 miliardi di lire, con la spedizione di **250 mila pacchi** ogni anno.

L'avanzata di quello che era diventato a tutti gli effetti un **colosso del commercio** (impensierito solo in parte dall'altro catalogo presente nelle case degli italiani, quello **Vestro**), pareva inarrestabile, ma la fine di quel decennio è caratterizzata dalle prime **aperture degli ipermercati**, con un aumento delle alternative per il consumatore e una concorrenza che diventa agguerrita. Cominciano i **tagli al personale** e l'azienda per la prima volta in quasi 30 anni è costretta a ridimensionarsi.

Il declino

Con i primi esempi di **transazione elettronica** a distanza si pensava già alle nuove sfide, e il passaggio di proprietà puntava proprio al rilancio dell'attività con lo sfruttamento di queste nuove risorse. Nasce il primo **sito di Postalmarket** accompagnato però da un'altra riduzione del personale.

Si cerca di promuovere i prodotti presenti nel catalogo con **testimonial di richiamo**, tra cui Valeria Marini, ma la parabola discendente dell'azienda è ormai inevitabile, con **debiti difficili da coprire** e dirigenti che finiscono in carcere per bancarotta fraudolenta. L'ultimo colpo di coda è quello delle **televendite**, ma senza gli effetti sperati. Nel 2015 arriva la **liquidazione definitiva**, e si compie quello che sembra l'ultimo atto di un fenomeno di costume che ha accompagnato gli italiani dagli anni '60 in poi.

E recentissima però la notizia della **rinascita di Postalmarket** attraverso una piattaforma di e-commerce tecnologicamente all'avanguardia. Sulla copertina del catalogo virtuale [Diletta Leotta](#): basterà per attirare l'attenzione di un cliente che ormai è abituato a fare acquisti da ogni parte del mondo?

This entry was posted on Monday, April 12th, 2021 at 9:48 am and is filed under [Economia](#), [Italia](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.

