



Kolovoz 2001.

**Sadržaj:**

- Riječ urednika
- Dario Stella
- dipl.ing. Marijan Šegedin - Croatiaphila'01
- prof. Jurica Miletić - Jedrenjak Marco Polo
- Britanci će manje lizati
- Michael Adler - Quo vadis međunarodna filatelija
- dipl.ing. Marijan Šegedin - Osvrt na članak gospodina Adlera
- prof. Jurica Miletić - San Marino - 1700 godina Republike
- Prigodni poštanski žigovi 1999.
- Prigodni poštanski žigovi 2000.

o0o

**Uredništvo:**

Dario Stella - glavni urednik  
dr. Nikola Janić  
prof. Jurica Miletić  
prof. Marko Pavičić  
dipl. ing. Marijan Šegedin - tehnički urednik

o0o

Glasilo izlazi povremeno kao rukopis i dijeli se besplatno članovima kao i članicama Hrvatskog filatelističkog saveza.

**Naklada 100 primjeraka**

o0o

Adresa:

HFD "ZRINSKI"  
P.p. 55  
40000 ČAKOVEC

## RIJEČ UREDNIKA

### Štovani članovi – dragi čitatelji!

Kao glavni urednik više sam nego zadovoljan odjekom kojega je u filatelističkim krugovima imao drugi broj našeg društvenog glasila, izdanog nakon poduže stanke.

Brojni filatelisti iz drugih sredina pisali su ili zvali tražeći da im dostavljamo naše glasilo, a neki su svojim dobronamjernim prijedlozima i sugestijama pomogli da ovo naše glasilo bude sve bolje i zanimljivije.

Mnogi su me pitali kako to da nakon nekoliko godina neizlaženja opet pokrećemo naše društveno glasilo? Odgovor leži u činjenici da je izdavačka djelatnost kod nas gotovo u potpunosti zamrla. Sve filateliste, pri čemu mislim isključivo na organizirane filateliste a ne na one koji svoje marke kupuju na poštama smarajući sebe velikim znalcima, a da nikada nisu izlagali na nekoj izložbi makar i lokalnog značaja ili nisu napisali niti retka, posebno boli nedostatak konitnuiranog izlaženja «Hrvatske filatelije», i posebno «Glasnika HFS-a», dakle saveznih glasila, u kojima je još do nedavno bilo prikazano sve što se događalo, a posebno ono što će se tek događati. Najveći problem naše filatelije je nedostatak obavijesti o izložbama i drugim akcijama društava i klubova, tako da danas sve obavijesti o izložbama dobivamo isključivo zahvaljujući “usmenoj predaji” i privatnoj povezanosti nas filatelista.

Želim naglasiti da će naše glasilo i dalje biti otvoreno svima, te će se u tom smislu i besplatno dostavljati, uz ostale, i svim članicama HFS-a.

Kako je veliki broj zainteresiranih filatelista za dobivanje našeg glasila na svoju kućnu adresu to ih molim da se pismeno obrati na adresu Društva a na svaki pismeni upit biti će im u najkraćem roku odgovoreno.

Koristim priliku da ponovo zamolim članove koji to žele i dalje ostati, da podmire članarinu za ovu godinu te da na adresu Društva dostave preslik uplatnice kako bi se podaci uskladili i u jednom od slijedećih glasila objavio popis članova.

Dario Stella

## CROATIAPHILA '01



Kako smo već najavno izvijestili u drugom broju našeg glasila, koje eto obnovljeno izlazi poslije višegodišnje stanke, pripreme za nacionalnu filatelističku izložbu CROATIAPHILA '01 su u punom tijeku.

Od prve najave u prošlom broju našeg glasila, održana je 19. lipnja II. sjednica Organizacijskog odbora izložbe, a III. sjednica je sazvana za 28. lipnja. Zaista pravi primjer kako se radi ako se nešto želi pravovremeno i uspješno organizirati, bez puno pričanja koje se ustvari svodi na iznalaženje "žrtvi" koje će za druge raditi!

Radi službene izočnosti predsjednika Odbora gosp. Božidara Severa, sjednicu je vrlo operativno vodila gđa. mr. Stela Prisljan-Fujs, načelnica Sektora marketinga i odnosa s javnošću HP-a. Kao prvo saslušano je izvješće gđice prof. Rašeljke Bilić glede dobivanja izložbenog prostora. Prema njenom izvješću u obzir dolaze samo Muzej za umjetnost i obrt, te Klovičevi dvori. Kako se još ne zna što je s mogućnošću izlaganja u Domu HDLU (popularna "Džamija"), odluka, po svoj prilici konačna, donijeti će se na narednom sastanku.

Gosp.ing. Krunoslav Tušek iz FD "Poštar" već je pripremio obrasce prijave za izložbu, a gosp.ing. Marijan Šegedin tekst Posebnih izložbenih pravila ("IREX" prema ustaljenoj kratlici FIP-e). Sve će to gđa. prof. Edita Gregurić-Cenić ovih dana poslati na adrese svih filatelističkih društava i klubova Republike Hrvatske, kao i niza pojedinaca – potencijalnih izlagačaja. Rok za povrat ispunjenih prijava je kratak, do 15. srpnja, kako bi se u skladu s izložbenom koncepcijom i prostornim mogućnostima definirao izložbeni plan.

U svezi snimanja stanja o broju vitrina kojima raspolažu članice HFS-a, dobiveno je jedno krajnje neozbiljno izvješće, pa je tako na samom sastanku pripravljen spisak društava koje raspolažu s izložbenim vitrinama, te će im HP uputiti žuran dopis glede provjere i mogućnosti posudbe. Dakako, broj zavisi o izložbenom prostoru.

Dok je za koncipiranje i izbor izložaka u natjecateljskom dijelu zaduženo praktički FD "Poštar" iz Zagreba, iako konačnu odluku donosi Organizacijski odbor, za koncepciju počasnog dijela zadužen je Sektor za marketing. Gđica prof. Rašeljka Bilić podnijela je pismeni prijedlog toga uvodnog ili čak možemo reći središnjeg dijela izložbe, jer, ne zaboravimo, radi se o obilježavanju deset godina poštanskih maraka Republike Hrvatske.

Kako se radi o jednom, u nas potpuno novom pristupu postavljanja filatelističke izložbe, vrijedno je ovdje o tome više reći. Mi filatelisti prigodom postavljanja izložbi držimo se precizno definiranih i vrlo krutih pravila FIP-e. Kako je zapaženo i istaknuto na više zadnjih sastanaka FIP-e (Kongresi u Istanbulu, Milanu i Madridu), taj je pristup prihvatljiv za

filateliste. No, za koga mi zapravo i zašto organiziramo filatelističke izložbe? Pa, u prvom redu za animiranje novih sakupljača, budućih filatelista, te osobito mladeži. Toj populaciji naš stručni pristup klasične, da ne kažemo konzervativne filatelije neće značiti ama baš ništa, baš suprotno, biti će odbojan i nikako neće djelovati animirajuće. Stoga se zadnjih nekoliko godina sve više pažnje pri organiziranju velikih filatelističkih izložbi posvećuje upravo ovakovom jednom novom, nekonvencionalnom pristupu, a tako koncipirane i oblikovane sadržaje se smješta na ulazni ili središnji dio izložbe, te se ostali, recimo klasični postavi grupirani po izložbenim razredima na to nastavljaju, prostorno odijeljeni. Nije ni potrebno naglasiti da taj dio privlači najviše posjetitelja, te što iznad svega najvažnije – mladeži! Pravi filatelisti, stručnjaci i zaljubljenici mogu zatim pogledati ostale prostore zavisno od svojeg pojedinačnog interesa, sklonosti, poznavanja i dakako raspoloživog vremena. Ne zaboravimo, da na svjetskim izložbama obično ima 3-5 ili čak više tisuća izložbenih vitrina!

U tom smislu je za pozdraviti prijedlog pristupa gđice.prof. Bilić. U tom dijelu izložile bi se sve faze u nastanku jedne marke ( od idejnog rješenja, preko odabira, tiskanja, te krajnje realizacije), izlaganje posebnosti vezanih uz marke – primjerice tiskarskih araka, pojedinih faza tiskanja, probnih otisaka i slično, zatim poseban osvrt na zajednička izdanja s drugim državama i slično. Sve bi se to interijerno posebno oblikovalo uz pomoć panoa, na kojima bi bile uvećane reprodukcije maraka, originalni predlošci za njih, nešto o najznačajnijim autorima hrvatskih poštanskih maraka i slično, sve to s određenom, recimo, scenski svjetlosnom postavom. Ovaj dio također nije u cijelosti definiran, pa ostavimo detaljnije za naredne najave, a najveći dio dakako kao iznenađenje prigodom otvaranja i posjeta samoj izložbi.

Kao i sve dosadašnje nacionalne filatelističke izložbe održane u Republici Hrvatskoj, i ova bi bila popraćena izložbenim katalogom ili vodičem. Uz onaj uobičajeni sadržaj, razmišljanja idu za tim da katalog daje i jedan širi, može se reći dijelom i monografski prikaz nastajanja poštanskih maraka Republike Hrvatske, osobito prvih početaka, kada se započelo s puno volje, entuzijazma i domoljublja, bez praktičnih iskustava, a nerijetko i uvjetima borbenog uzbuñivanja. Za taj dio zadužen je gosp. Veljko Bui, koji je od samog početka sudjelovao u radu oko toga. I ovdje nije definirana konačna koncepcija i sadržaj, no određeno je uredništvo koje to treba pripremiti za narednu sjednicu. Za glavnog urednika imenovan je gosp. Dario Stella, dosadašnji glavni urednik "Hrvatske filatelije", a uz njega i gosp. prof. dr. Zvonimir Hernitz, gosp. Veljko Bui, gosp. Goran Saletto i gosp.ing. Marijan Šegedin.

Izložba bi dalje bila popraćena i brojnim filatelističkim izdanjima. Već je ranije rečeno, da će uz ceremonijal svečanog otvorenja, biti i promocija izdanja uz Dan marke, koje će i biti posvećeno 10. obljetnici prve poštanske marke Republike Hrvatske. Za prvi dan (8. rujna) u upotrebi će na izdvojenom poštanskom šalteru unutar izložbenog prostora biti u upotrebi prigodni poštanski žig. Predloženo je i načelno prihvaćeno, da se ova značajna filatelistička izložba poprati i izdavanjem prigodne poštanske dopisnice, primjerice kao što ih je već HP vrlo uspješno izdala za svjetske filatelističke izložbe ITALIA '98, IBRA '99, PHILEXFRANCE '99, CHINA '99, WIPA 2000 i nedavno BELGICA '01. Isto tako, predloženo je i prihvaćeno da se barem mjesec dana prije izložbe u upotrebi na zagrebačkoj pošti savi promidžbena poruka uz dnevni poštanski žig (tzv. "flam"); to bi bio u tom slučaju po drugi puta da tko nešto imamo za filatelističko promicanje u Republici Hrvatskoj (prvi puta je to bilo na izložbi KRAPINAPHILA '99).

Iako je bilo predlagano da se za svaki dan izložbe izda posebna omotnica, to nije prihvaćeno. Po svojoj prilici biti će omotnica za prvi dan odnosno za cijelu izložbu, te mogućnost korištenja prigodnih poštanskih dopisnica, te praznih omotnica prvog dana za ostale dane, kada budu u upotrebi prigodni poštanski žigovi. Bilo je govora i o dnevnom žigu, dakle poštanskom žigu s promjenljivim nadnevkom, koji bi uz broj i naziv pošte nosio i oznaku izložbe. Za kreiranje svih žigova zadužen je član Odbora gosp. Veljko Bui, naš bez konkurencije najplodonosniji autor poštanskih žigova.

Uz sve ovo, na poštanskom šalteru bio bi na raspolaganju i ukrasni žig, dakle žig koji nema poštansku ulogu, te se njime ne mogu poništiti u poštanskom ili filatelističkom smislu poštanske marke, ali bi služio za dodatno ukrašavanje svih vrsta omotnica, uz upotrebu ostalih poštanskih žigova, nešto slično kao što smo imali na izložbi CRPHILEX '2000 U Zagrebu. Prihvaćeno je i idejno rješenje izložbenog logoa, koje je pripremio gosp. ing. Marijan Šegedin, koje bi se s raznim dopunama i inačicama koristilo.

To bi u najkraćim crtama bio prikaz rada II. sjednice Organizacijskog odbora nacionalne filatelističke izložbe CROATIAPHILA '01; već to daje potvrdu zaista dobre pripreme i ozbiljnog rada. I dalje možemo najaviti u našem glasilu sve relevantne novosti oko daljnjeg tijeka priprema.

Dario Stella  
Marijan Šegedin

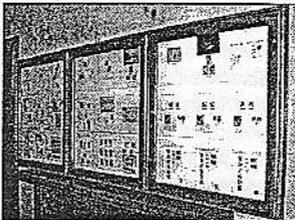
## U VITRINAMA ČAKOVEČKE POŠTE POSTAVLJENA NOVA FILATELISTIČKA IZLOŽBA

# Filatelija je neprestano učenje

Hrvatsko filatelističko društvo "Zrinski" već sednu godinu djeluje u Čakovcu i okuplja petnaestak članova.

U suradnji s Poštom koja im je u svojim centralnim prostorijama u Čakovcu osigurala jednu vitrinu, na tom mjestu njezini članovi u određenim cikličkim razdobljima organiziraju filatelističke izložbe promotivnog karaktera.

Na njoj izlažu članovi "Zrinskih", ali i filatelisti iz cijele Hrvatske. Tako je ovaj mjesec predsjednik Društva Dario Stella postavio tematsku zbirku Marka Vučetića, dipl. ing., meteorologije i člana filatelističkog društva "August Šenoa" iz Zagreba. Zbirka je posvećena pomorskoj meteorologiji i sadrži nekoliko vri-



jednih i zanimljivih izložaka s tog područja.

Članovi filatelističkog društva "Zrinski" na ovaj način, iako bez svojih prostorija, pokušavaju javnosti pre-

dočiti svoj zanimljivi hobi, a redovitim mijenjanjem postava u vitrinama pošte žele biti aktualni i probuditi interes publike.

Filatelija u Hrvatskoj i filatelija u inozemstvu tema je o kojoj je nezahvalno razgovarati, jer to je otprilike kao da uspoređujete mercedesa i "fiću", no filatelija nije samo puko kupovanje maraka na pošti i stavljanje u album, već nešto puno više. Filatelisti znaju koliko je zanimljivo kreiranje vlastite zbirke u kojoj putem poštanskih maraka postajemo svjedoci povijesti. Osim toga svaki će vam član ovog društva reći da je filatelija jedno neprestano učenje bez kojeg se u ovom hobiju ne može napredovati.

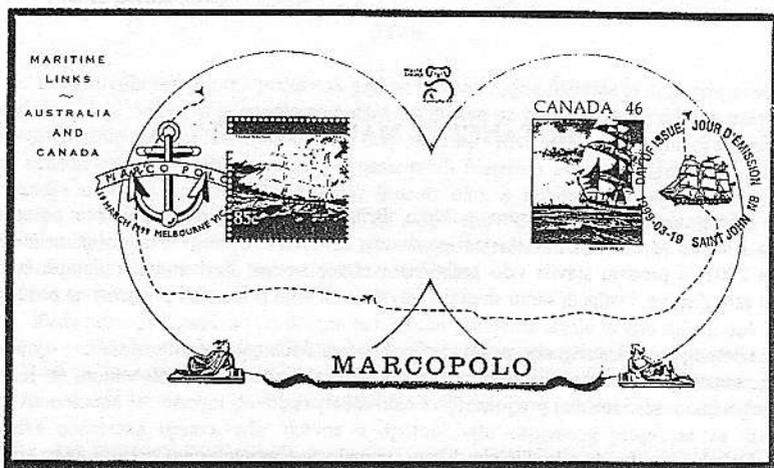
**Zabilježio i snimio: MP**

Županijske novine  
"MEĐIMURJE"  
Broj 2407 od 12. 06. 2001.

## AUSTRALIJA I KANADA JEDRENJAK MARCO POLO

Ime **Marco Polo** koje je u mnogočemu postalo zaštitnim znakom Korčule, u filateliji se posljednjih godina češće spominje. Prvenstveno, zahvaljujući Australiji koja je 1998. godine izdala marku s tim brodom.

Jedrenjak **Marco Polo** ponovno se pojavio na australskom izdanju 19. ožujka 1999. Riječ je o brodu sagrađenom u Kanadi koji je 1852. s 900 ljudi u Melbourne stigao iz Merseya u Engleskoj, za ciglih 68 dana. Za tadašnje prilike, plovidba je bila iznimno kratka, i legenda je bila rođena.



Vrijeme potrebno za svladavanje morskog puta između Engleske i Australije tom plovidbom **Marca Pola** bilo je prepolovljeno, i taj je uspjeh silno pridonio razvoju kanadske brodogradnje pedesetih i šezdesetih godina XIX. stoljeća, koja se, za tadašnje prilike, proslavila doslovce preko noći.

Podsjećajući na ulogu koju je u tome odigrao baš **Marco Polo**, australska i kanadska pošta odlučile su se na zajedničko izdanje – spomen-blok pod nazivom "Pomorska veza". U njemu su iznad natpisa **MARCO POLO**, dvije marke. Obje prikazuju isti jedrenjak, kao reprodukcije dviju slikarskih ostvarenja, iz svake zemlje sudionice po jedan.

Prvu marku s **Marcom Polom** australska je pošta izdala 15. siječnja 1998. Kao dio niza od četiri marke posvećena australskom pomorskom naslijeđu. Nominalna vrijednost prve marke bila je 85 australskih centi, kolika je i nominala australske marke u spomen-bloku.

Kanadska marka s Marcom Polom izdana je 19. ožujka 1999. nosi nominalu od 46 kanadskih centi. Budući da je spomen-blok tiskan u Kanadi, australska se marka iz tog bloka u odnosu na prvotno australsko izdanje zupčanjem razlikuje.

Autor spomen-bloka je Julien LeBlanc, a tiskanje je više nego solidno obavila tiskara Ashton & Potter Canada Ltd, tehnikom višebojnog ofseta/kamenotiska.

Osim spomen-bloka, u prodaju su stavljene i spomen-omotnice i prigodna pakiranja s mnoštvom podataka o brodu i rekordnom putovanju koje je dovelo do procvata kanadske brodogradnje.

*prof. Jurica Miletić*

## BRITANCI ĆE MANJE LIZATI

Pripremajući svoje pismovne pošiljke, Britanci će manje lizati poledine poštanskih maraka i manje se koristiti navlaženom spužvom. Britanska je kraljevska pošta, naime, 29. siječnja 2001. u prodaju stavila vrlo praktične sveščiće sa šest ili dvanaest redovitih maraka koje su samoljepive, i valja ih samo skinuti s površine uz koju prijanjaju i pritisnuti na pošiljku.

Glasnogovornik britanske pošte, inače *Product Manager* Matthew Gibbs, izjavio je: "Nove, samoljepive marke vrhunac su tehnologije proizvodnje i izvanredno ih je lako upotrijebiti kao tradicionalne i prepoznatljive redovite marke."

Dakako, marke su s kraljičinim likom, pomalo već legendarnim ostvarenjem Arnolda Mechina., Pošta se odlučila na njihovu uporabu nakon što su marketinška istraživanja i ispitivanja javnog mnijenja pokazala da bi 93% javnosti radije upotrebljavale takve, nego klasične marke s gumiranjem koje valja navlažiti na poledini.

Na novim markama nema oznake nominale: crvene služe za plaćanje poštarine prvog razreda, a plave drugog. Sveščić sa 12 maraka prvog razreda stoji 3,24 funte i tiskan je u dvjema tiskarama: "*The House of Questa*" i "*Walsall Security Printers Ltd.*", a sveščić sa dvanaest maraka drugog razreda stoji 2,20 funti i tiskan je u tiskari "*The House of Questa*". Svi sveščići sa šest maraka tiskani su u tiskari "*Walsall*".

*prof. Jurica Miletić*

## QUO VADIS MEĐUNARODNA FILATELIJA

### *Uvodna napomena:*

Na Kongresu FEPA (Federation of European Philatelic Associations) u Beču, u svibnju prošle godine, u sklopu redovitog programa, nekoliko eminentnih europskih filatelista održalo je predavanje s temama od općeg značaja za suvremenu filateliju. Jedan od njih bio je i gosp. Michael Adler, predsjednik BDPH (Bund Deutscher Philatelisten) i član Direktorija FIP-a (Federation Internationale de Philatelie). Na moju zamolbu, vrlo je spremno i ljubavno dozvolio da njegovo predavanje objavimo u hrvatskoj filatelističkoj literaturi. Zamolio je jedino da mu po objavljivanju pošaljemo jedan primjerak te publikacije za osobnu arhivu, što ćemo dakako vrlo rado učiniti.

o o o

U usporedbi stanja prije pedesetak godina međunarodna filatelija je doživjela prekrasan napredak. Diljem svijeta to je popularan hobby, no mislim da bi filatelističke udruge mogle biti puno učinkovitije kako bi filateliju dovele u bolji položaj. Govorim o organiziranoj filateliji, jer je jaz između broja sakupljača maraka i organiziranih filatelista ogroman. Uzeću kao primjer pokazatelje u mojoj domovini Njemačkoj. Imamo oko 3 milijuna sakupljača maraka (na populaciju od oko 80 milijuna stanovnika), ali samo oko 70000 filatelista su članovi nekog kluba ili studijske grupe našeg saveza. Nije tajna da se moramo žestoko boriti kako bi održala taj broj članova. Prosječna dob članova je blizu 60 godina.

Kada pogledam naokolo po drugim europskim zemljama stanje je vrlo slično, dok imam osjećaj da su Azija i Australija više na sunčanoj strani i mogu gledati u svijetlu budućnost filatelije jer se mladež više zanima za ovaj interesantan hobby. Oklijevam komentirati stanje u obim Amerikama jer nemam dovoljno podataka i informacija. Međutim, poznato je da je američka poštanska uprava vrlo aktivna u uporabi vrlo uspješnog programa za razvitak filatelije mladeži. Vratiti ću se kasnije na ovo.

Međunarodna udruga na svim nivoima može predusresti sve organizacijske zahtjeve filatelističkog tržišta. Sadašnja organizacijska shema je:

- lokalni klub
- regionalna udruga
- nacionalni savez
- kontinentalni savez
- svjetski savez (FIP).

Posebice nacionalni savezi nude tako puno usluga i koristi svojim klubovima, ali pojedinačni članovi očekuju da to bude urađeno profesionalno. Tko će, međutim, obaviti taj posao? **Dragovoljci bez naknade, jedino za svoje zadovoljstvo i čast.**

Sve je teže i teže unovačiti takove ljude. Dalje, mi trebamo jake osobe – muške i ženske – koji će biti voditelji i koji će motivirati članove dajući im dobre primjere. Bez naglašavanja pravog naglaska i cilja članovi u klubovima ili čak savezima neće biti nikad motivirani na pravi

način. Na svim nivoima naše organiziranosti voditelji moraju djelovati kontinuirano, konzekventno i vjerodostojno.

Međutim, sve je teže i teže naći takve osobe. Možemo uočiti u nizu zemalja da se sve manje ljudi želi pridružiti klubu i da oni ne žele preuzeti odgovornost sudjelovanja u takovim aktivnostima. Sa svoje točke gledišta mogu reći da gubimo vrijedne ljudske resurse. Kada gledam neke uprane odbore naših klubova i saveza koji broje dosta članova, znatno vrijeme se gubi u nekorisnim raspravama i na taj se način obeshrabruju dobri voditelji. Mislim da se na svim nivoima organiziranosti moramo koncentrirati na postojeće vrijedne resurse i moramo stremiti manjim upravama. Moramo upotrijebiti ljude s menađerskim i normalnim (ne elitnim) filatelističkim iskustvom. Ima tako puno stručnih ljudi pred umirovljenjem koji nam mogu prenijeti svoja praktična iskustva.

Kako sam već spomenuo, postoji milijuni i milijuni sakupljača maraka u svijetu i oni su naš potencijal za pridobivanje novih članova u našu organizaciju. Pogledajmo sve te sakupljače maraka koji nisu filatelisti. Oni mogu kasnije postati filatelisti i naša je zadaća pridobiti njihovo zanimanje za više pojedinosti i mogućnosti o filatelističkoj znanosti. Pridobivanje članova je posao naših klubova i saveza i to nije tek puko kontaktiranje i razgovori s ostalim sakupljačima. Moramo se prihvatiti marketinga!

Što mi trebamo ponuditi? Ne marke jer to već čine trgovci i poštanske uprave koje moramo iskoristiti kao karike u našim naporima. Moramo u marketingu iskoristiti naše znanje, iskustvo, stručnost i međunarodne veze kako bi naučili i pokazali sakupljačima maraka na zajednicu istomišljenika i mogućnostima oformljenja zbirke, načina sakupljanja, studija i istraživanja, međunarodnih veza koje postoje. Svaki sakupljač maraka može biti naš cilj.

Koja su oruđa našeg marketinga? Prije svega moramo se obratiti novim medijima. Internet nudi sve mogućnosti koje nam trebaju. Možemo prikazivati poštanske marke, zbirke, klubove, stručne tečajeve i ostalo. U nekim zemljama je Internet vodeći u ponovnom oživljavanju sakupljanja maraka, oslušujući uspavane interese i prikazujući ne-sakupljačima, koji prvi puta vide odnos između poštanskih maraka i omotnica s njihovim osobnim tematskim sakupljačkim sklonostima. Nadalje, sakupljači ponekad žive u zabačenim dijelovima gdje nisu pristupačni niti klubovi niti filatelističke izložbe. Čini se da se tisuće sakupljača maraka mogu pridobiti putem Interneta.

Televizija je težak medij za naše napore, jer je oglašavanje preskupo i urednici nisu za to zainteresirani. U Njemačkoj imamo vrijedna iskustva u korištenju radijskih postaja. Radio obuhvaća veliki dio pučanstva. Regionalne i lokalne radio postaje su osobito korisne i zainteresirane za priče o filateliji kao i razna izvješća o radu svojih klubova.

U promicanju sakupljanja maraka i pridobijanja sakupljača u našu zajednicu, suradnja s poštanskom upravom je od vitalnog značaja. Za većinu njih poštanska marka je potrošački produkt za kojeg treba naći kupca upotrebljavajući sve suvremene vidove marketinga. Ovi kupci kao sakupljači mogu biti naši partneri i članovi naše zajednice.

**Quo vadis filatelija?.** Međutim, sve puno zavisi o izdavačkoj politici poštanskih uprava. Znamo već da je stanje na tržištu takovo da je preplavljeno brojnim izdanjima. U 1998. izdano je ne manje nego 14.326 novih poštanskih maraka diljem svijeta. To je otprilike 1000 maraka više nego godinu dana ranije. Nominalna vrijednost svih tih novih maraka iznosila je 6.800 američkih dolara. Svi sudionici na filatelističkom tržištu slažu se da je to previše. Nadalje, treba uzeti na znanje da te brojke pokrivaju samo poštanske marke, ali postoji prilično široka ponuda filatelističkih produkata koji se uz to nude kao što su omotnice prvog dana, sveščići, suvenir kartoni, kompleti godišnjih izdanja, poštanski žigovi i uslužni žigovi i ostali filatelistički pripadajući materijal. Nije čudno što danas govorimo o "filatelističkoj industriji". Mislite li da će jedna takova industrijalizacija biti dobra za budućnost filatelije ili samo sakupljanje maraka?

U drugu ruku možemo uočiti vrlo brzi napredak poštanske automatizacije. Ova automatizacija više ne treba poštansku marku, jer su elektronske oznake i signali zamijenili njihovu namjenu. Neke zemlje čak štoviše ne primjenjuju upotrebu poštanskih maraka u tuzemnom poštanskom prometu. Ovaj razvitak jedne razvijajuće poštanske uprave opravdava pitanje zašto se onda broj novih maraka ne smanjuje, kada se marke više ne upotrebljavaju kao prije.

Marketinška strategija poštanskih uprava nije više usmjerena ka filatelistima nego ka sakupljačima maraka i osobito prema povremenim kupcima. To je dobro za naše klubove i saveze jer oni ih mogu uvjeriti da postanu pravi sakupljači. Zadatak je organizirane filatelije razviti ispravnu strategiju novačenja.

Kada analizirate rasprave vrhunskih ljudi poštanskih uprava i trgovaca, svi oni obećavaju svijetlu budućnost filatelije. Mi, međutim, moramo postaviti pitanje: "Koje filatelije?" male zemlje će nastaviti s upotrebom poštanskih maraka za njihovu temeljnu namjenu : za naplatu poštarine unaprijed. Visoko razvijene i industrijalizirane zemlje automatizirati će svoje poštanske službe i poštanska marka će izgubiti svoju prvobitnu namjenu. Ove će zemlje izdavati vrlo lijepe marke prikazujući prave teme koje tržište želi. Te će marke biti "sakupljive" i sakupljači će trebati razmišljati o novim vrstama zbirki. Već sada možete prepoznati taj razvitak kada vidite neki spomen-blok nekih zemalja koji ima takove dimenzije da nikada neće biti upotrijebljen kao poštarina na pismu.

Prema mišljenju nekih poštanskih uprava pismo s markom privlači veću pažnju primatelja. To je dobra i ispravna ideja, ali kakav je onda rezultat lošeg poništavanja poštanskim žigom? Operativne poštanske jedinice imaju vrlo malo razumijevanja za želje i zamisli sakupljača.

Kako se samoljepive marke prihvaćaju u razmišljanjima sakupljača maraka? Izumljene su za lakšu uporabu za kupce nesakupljače ili za automatsku prodaju. Sakupljači, međutim, nisu oduševljeni. Za poštanske stručnjake nije bilo razloga konzultirati ih. Oni su manjina i ta činjenica mora biti uzeta u obzir od strane poštanskih uprava kada razmišljaju o markama.

Vrlo sam zadovoljan da je UPU (Universal Postal Union) započeo prije par godina jednu inicijativu pomaganja poštanskim upravama u razvitku, izradi i marketingu njihovih

maraka i filatelističkih programa. Čitav program je razvijen kao suradnja s ostalim stupovima filatelističkog tržišta. FIP je također uključen u vodećoj ulozi. Siguran sam da će nova organizacija pod nazivom "World Association for the Development of Philately" (WADP) (=Svjetska udruga za razvitak filatelije) biti vrlo korisna u poreobrazbi filatelističkog tržišta. WADP je izdao djelo "Vodič za razvitak filatelije" na nekoliko jezika. Svi odgovorni ljudi poštanskih administracija trebali bi je pročitati, jer čak i visoko razvijene sredine mogu učiti iz nje. Mi, organizirani filatelisti, možemo naučiti kako ostvariti utjecaj na razitak u filatelističkom programu, na filatelističkom tržištu i u odnosima s potšanskim upravama.

Vraćajući se ponovno na upit "Quo vadis organizirana filatelija?" moramo postaviti pitanje koje korake moramo učiniti da bi slijedili nove tendencije filatelističkog tržišta. Filatelija nije više samo sakupljanje maraka u raznim oblicima. Poštanska povijest je važan odjeljak već dugo vremena, ali će se ozbiljno mijenjati u budućnosti, dodavajući automatizaciju i mnoge promjene poštanske službe u sklop poštanske povijesti od više od 200 godina. Veliki broj tipova oznaka i naljepnica u poštanskoj službi će biti uveden, ali tradicionalisti ne znaju kako to uklopiti u našu filateliju. To sve znači da je zadatak prvog prioriteta organizirane filatelije elaborirati novu definiciju filatelije. To je skoro znanstveni rad koji će zahtijevati vremena i koji treba započeti uskoro. Mi ćemo započeti s tim u našem Njemačkom savezu kroz nekoliko narednih tjedana.

Ova nova definicija filatelije pomoći će našim sakupljačima napraviti vlastiti izbor kako žele sakupljati ili kako žele nastaviti sa svojim zbirka. Zahvaljujući velikom broju maraka koje izdaju brojne zemlje godišnje, sakupljač se mora odlučiti za određenu specijalizaciju. Primjerice, smatram da tematska filatelija ima svijetlu budućnost, ali samo uz jednostavna pravila. Savezi moraju ponuditi svojim klubovima i njihovim članovima savjetodavne servise u svrhu pripravljanja za nove vidove sakupljanja. Veliki raspon novih mogućnosti postoji u gledanju na mnoštvo novih produkata na tržištu.

FIP je već započeo s reorganiziranjem svjetskih i kontinentalnih filatelističkih izložbi. No, međutim, nužno je da nacionalni savezi razvijaju nova rješenja. Velike i manje izložbe moće će biti dobro sredstvo promicanja filatelije, ali neke ako prikazuju izložke pod natjecateljskim pravilima, u tom slučaju će privlačiti samo filateliste i potrošiti će se novac bez ikakova rezultata u stvarnom promicanju, što znači pridobijanje novih sakupljača maraka. Naše izložbe moraju postati događaj za svačiji ukus. Filatelistički izložci moraju biti razumljivi posjetiteljima. Ne zaboravimo, mi želimo privući normalne i povremene sakupljače. U Njemačkoj to smo prikazali kao "Show and Philately" na našoj Svjetskoj filatelističkoj izložbi IBRA-99 i to je pokazalo uspjeh! To ćemo sada prebaciti u manjem razmjeru na nivo regionalnih i lokalnih izložbi.

Quo vadis filatelija? To se, dakako, pitanje odnosi i na obrazovanje i priprava naše mladeži. Ako ne bude sakupljača u budućnosti, nećemo imati sakupljača koji će biti zainteresirani nastaviti naše zbirke. Za poštanske uprave mladež je vrlo važna ciljna skupina. Ako budu brojni mladi sakupljači stimulirani, oni će se pojaviti kao odrasli sakupljači kroz 20 do 25 godina. To je vrlo dugo plansko razdoblje, međutim, nije razumljivo niti prihvatljivo od strane naših filatelističkih klubova koji vjeruju kako će njihovi članovi iz ogranaka mladeži brzo

prijeći među odrasle sakupljače. Odrasli sakupljači se obeshrabruju u kratko vrijeme i klubovi dižu roke od rada s mladeži. Nadalje, patimo i od činjenice da nemamo učinkovite voditelje za filatelističku mladež.

Razvitak učinkovitog rada s mladeži je "morati" svakog saveza i kluba i tu moraju postojati programi koji će biti prikladni razmišljanju i ponašanju mladeži.

**Bojim se da imamo puno dobrih ideja ali nedovoljno ljudi za obuku sa strpljenjem.**

Najbolji način za izvršenje dugoročnog programa rada s mladeži je vrlo uska suradnja s poštanskim upravama, koje u nekim zemljama imaju zaista dobrih zamisli. Australija je jedna od njih, ali mislim da najbolji primjer imamo u Sjedinjenim Državama s njihovim "Stampers" programom ili klubovima. Prije pristupa tom programu američka poštanska uprava izvršila je vrlo opsežna istraživanja. Iznašli su da između današnjih odraslih sakupljača poštanskih maraka, njih preko 70% je započelo sa sakupljanjem u dječjoj dobi između 8 i 12 godina. TO je znači ključna dob, a slične brojke su bile i rezultat istraživanja u ostalim europskim zemljama i Australiji. To je početna točka za životni hobby. Kroz mladenaštvo i ranu odraslu dob ove osobe nisu aktivne u svom hobbyu, ali se vraćaju sakupljanju maraka kada se srede sa svojom obitelji i zaposlenjem.

Sada imamo korist od odgoja mladeži kada nam se stariji ljudi vraćaju filateliji. Poslije ranijeg umirovljenja umirovljenici u dobi od 50 do 65 godina traže zahtjevniji hobby, bez obzira da li će biti članovi nekog kluba ili ne. Filatelija je upravo pravi hobby za ono što traže i ta je skupina dobar potencijal za novo članstvo. Njihova dob i iskustvo čine ih ujedno kandidatima za uzimanje odgovornosti kao voditelja.

Vratimo se opet američkom "Stampers" programu. Započet je 1996. godine i do danas ima skoro 2 milijuna članova. Taj broj stalno raste. Članovi mogu kupovati marke i filatelističke produkte prikladne njihovoj dobi putem "Stampers" magazina. To je, dakako, vrlo interesantan i privlačan posao za američku poštansku upravu, ali to je normalno i nema razloga kritikerstvu. Najvažniji je rezultat broj mladih sakupljača koji mogu biti naši budući članovi – u najmanju ruku dobar dio njih. Ako su savez i klubovi dobro organizirani, oni mogu privući te mlade sakupljače i puno ranije.

Poznato mi je da i u nekim europskim zemljama postoje programi i klubovi za djecu i mladež, koji su inicirani od poštanske uprave. Naš savez i klubovi moraju pokušati biti u istom čamcu i djelovati kao partneri. Filatelistička organizacija sama nema snage niti financijskih niti ljudskih resursa za promicanje filatelije među mladeži niti s minimumom uspjeha.

Quo vadis filatelija? Svi glavni stubovi filatelističkog tržišta - sakupljači, poštanske uprave, trgovci – prikazuju da će biti maraka u budućnosti i da će sakupljanje maraka biti zauvijek svjetski hobby. No sakupljajući marke ili baveći se filatelijom, moramo uzeti u obzir mnoge promjene i novi razvitak. Način sakupljanja maraka i njihova pravila moraju se prilagoditi i to je zadatak koji mora biti ispunjen od svih dijelova i vodećih članova međunarodne organizirane filatelije. Tradicija je izuzetno vrijedna i dobra, ali ne smijemo stalno postavljati: "Uvijek smo to radili ovako?"

Filatelija i sakupljanje maraka će imati dobru budućnost, ali organizirana filatelija – a to znači savezi i klubovi – moraju preuzeti odgovornost davanja ispravnih smjernica za uspješnu budućnost.

*Michael Adler*  
(prijevod s engleskog  
Marijan Šegedin, dipl.ing.)

### OSVRT UZ NAPIS “QUO VADIS FILATELIJA” GOSP. M. ADLERA

Tijekom niza godina, može se slobodno reći od najranijeg razdoblja povijesnog razvitka organizirane filatelije, imali smo prilike pročitati veliki broj napisa, članaka ili osvrtu pod tim naslovom u svezi filatelije. Legendarno pitanje “Quo vadis?” odnosilo se na budućnost tog hobya u najrazličitijim oblicima i pristupima; od odnosa amaterske filatelije i trgovaca; i dalje odnosa organizirane filatelije i poštanske uprave, lamentiranja radi nedovoljne prisutnosti mladeži u našim redovima; hiperprodukcije izdavanja maraka; pojave tzv. štetnih i špekulativnih izdanja; o neatraktivnosti ili promašenosti motiva i rješenja naših maraka; o previsokim nominalama ili prečestoj učestalosti izlaženja novih izdanja itd., itd.

Petrovo pitanje “Quo vadis?” kao da je bilo prikladno bilo kao alarmantno upozorenje ili pokušaj davanja savjeta za sve moguće slučajeve ili probleme naše filatelije.

Gosp. Michael Adler, predsjednik BDPh i jedan od direktora FIP-e, te svakako jedan od najeminentnijih vrhovnika svjetske organizirane filatelije, prilazi opet s tim pitanjem, ali na nivou koji je prihvatljiv za sve, od svjetskog nivoa, do nivoa nekog društva ili kluba u manjoj sredini. Istovremeno, temeljem svojeg golemog iskustva i poznavanje problematike na najširem planu, daje i određena rješenja i smjernice glade filatelije u trećem mileniju.

Tako se među inim spominje odnos broja članova organizirane filatelije, skupljača maraka, dakle filatelista koji nisu nigdje uključeni u organiziranu filateliju, kao i onih koji povremeno kupuju poštanske marke. O tome su diljem svijeta poštanske uprave provele niz istraživanja. U našim okvirima broj organiziranih filatelista, dakle filatelista koji plaćaju članarinu u nekom društvu ili klubu učlanjenom u HFS, kreće se ispod brojke 1200 u 36 članica.

Nekad, prije par desetaka godina, taj je broj bio 3 do 4 puta veći. Pitanje je da li je taj pad isključivo posljedica opadanja interesa za filateliju ili je to dijelom i posljedica određenih promjena jedne loše izdavačke politike. Ovdje se misli na ograničenja pri nabavci noviteta poštanskih maraka, koja su bila dugi niz godina, stalno ili povremeno prisutna u nas. Tadašnje poštanske uprave regulirale su nabavku pojedinih izdanja putem filatelističkih društva, pa je mogućnost nabavke nekih izdanja bila ograničena per capita: to je dovelo do toga da su brojni filatelisti u društvo upisivali članove svoje obitelji ili prijatelje, kako bi se osigurali određeni

broj novih izdanja. Ukidanje tog, lošeg načina poslovanja, te otvaranjem mogućnosti da svatko nezavisno da li je član ili nije član organizirane filatelije, može na pošti kupiti koliko želi primjeraka pojedinog novog izdanja, broj članova organizirane filatelije počeo je naglo opadati i dosego je više manje ono što imamo zadnjih nekoliko godina.

No, nije opadao samo broj pojedinačnih članova u našim filatelističkim društvima ili klubovima, nego i broj samih članica HFS-a, pa je primjerice od nekadašnjih blizu 50-tak članica, uoči skupštine HFS-a tamo negdje 1993. spao ispod broja 20. tada je taj pad srećom zaustavljen nekim korjenitim promjenama u ponašanju i djelovanju HFS-a, pa je od tada u stalnom usponu. No, ono što nije ustvari logično, to je da taj porast broja članica nije popraćen porastom broja pojedinačnih članova u članicama. Znači, imamo sve više filatelističkih društava, ali je sve manje filatelista. Dakako, ima ovdje čitav niz razloga, od subjektivnih recimo i to da su neka nova društva nastala i kao rezultat novih ideja, ali i privatnih ili nekih drugih ambicija i interesa pojedinaca. Uz sve to, danas u Republici Hrvatskoj imamo niz velikih i većih gradova i naselja, među njima čak i županijskih središta, gdje nemamo organizirane filatelije. Među njima ima i nekih 20-tak onih koji su imali nekad nekakvo, više ili manje aktivno filatelističko društvo, ali je tijekom vremena iz razno-raznih razloga ugaslo i nije do danas obnovljeno.

Promotrimo malo komparativno podatke koje za SR Njemačku daje gosp. Adler. Na cca 80 milijuna stanovnika ima 3 milijuna sakupljača maraka, od toga ih je oko 70 tisuća učlanjeno u neko društvo ili klub. aKo pokušamo primijeniti taj numerički model na Republiku Hrvatsku, to bi značilo da bi na 4,5 milijuna stanovnika trebali imati oko 166 tisuća sakupljača i oko 4,5 tisuće članova. Dakako, moramo ovdje dati dvije važne primjedbe. U prvom redu treba imati na umu da je SR Njemačka jedna od prvih filatelističkih veselila danas, uz to i prva europska financijska veselila, kao i zemlja s vrlo visokim životnim standardom. Uz to, u Njemačkoj organizirana filatelija ima visoki društveni značaj, a uz to i gospodarski, te nije marginalizirana kao u nas. Drugo, podatak o broju organiziranih filatelista je sigurno točan, no upitno je kako se došlo do onog drugog broja. U pravilu do toga se broja dolazi putem praćenja prodaje maraka u filatelističke svrhe, uz određen korekcije koje se dobiju raznoraznim procjenama i anketiranjem. U nizu zemalja taj se odnos procjenjuje od 1 : 10 pa na više, no teško mi je povjerovati da iznosi čak 1 : 43!

No, zato broj od 4500 članova organizirane filatelije za Republiku Hrvatsku ne smatram nerealnim, dapače uz jednu dugoročniju osmišljenu politiku HFS-a, uz pomoć i dugoročnu marketinšku orijentaciju HP-a, i nekih drugih državnih tijela, mislim da bi se ovaj broj mmogao relativno brzo dostići, pa i prebaciti. Isto tako sadašnji broj članica od 36 unutar HFS-a morao bi premašiti brojku od 50 u svega 2-3 godine. Prateći zbivanja naše političke zbilje, možemo uočiti i novo najavljivanje određenih promjena i izmjena postojećeg Zakona o udrugama. Tako se umjesto dosadašnjeg minimuma od 10 članova koji su *conditio sine qua non* za utemeljenje bilo koje udruge, spominej se smanjenje tog broja na svega 5 članova. To i nama u organiziranoj filateliji otvara nove mogućnosti, utemeljenje ovih članica u manjim sredinama, a u prvom redu u sredinama gdje su nekad postojala filatelistička društva. Ta i mala društva, mogla postati nukleusi daljeg razvitka filatelije u nas, sjetimo se uostalom politike našeg HFD-a dvadesetih godina prošlog stoljeća: mnogobrojne podružnice HFD-a stasale su tijekom vremena u značajna filatelistička društva, koja i dan-danas postoje i djeluju.

Dakako, od zakonodavca je za očekivati u tom slučaju i prijedloge čitavog niza pojednostavljenja u radu (primjerice obveza statuiranja upravnog tijela, nadzornog tijela, stegovnog tijela).

Vapaj nad sve manom prisutnošću mladeži u našim redovima nije ništa novo u našim redovima, to se provlači već desecima godina. Recept filatelistički razvijenih zemalja je vrlo jednostavan, te gosp. Adler na njega ukazuje. Prvi najvažniji činitelj su oni koji imaju direktnu korist od prodaje poštanskih maraka, a to je u našem slučaju jedino HP. Naime, kategorija filatelističkih trgovaca, izdavača filatelističkih kataloga i proizvođača brojnog filatelističkog pribora i opreme u nas ne postoji. HP treba smišljeno i dugoročno planirati aktivnosti, uz uključenje pogodnih ljudi iz HFS-a, na edukaciji i animiranju mladeži za filateliju. Nisu nam ovdje potrebni veliki mudraci, postoje za to gotovi i provjereni modeli u nizu zemalja. Dakako, potrebno je educirati (u jednom vidu) i voditelje rada s mladeži, ali i pripremiti sustav pokaznih edukativnih školskih izložbi, predavanja popraćenih adekvatnom tehnikom itd. sve to, naglašava gosp. Adler mora biti prilagođeno današnjim razmišljanjima i ponašanjima mladeži. Spomenimo ovdje, da je HFS tamo negdje 1963. izdao vrlo zgodno djelo pod nazivom "Poštanska marka u odgojno obrazovnom radu". Danas ići s takovim djelom bio bi potpuni promašaj iz čitavog niza razloga, od kojih su ideološki tek manje važni. s druge strane u pripremi jednog takovog budućeg djela treba težiti velikom broju ilustracija u boji, kratkom i sažetom objašnjenju temelja, uz određeni nivo filatelističke i opće pismenosti i lakoće izražavanja. Djelovanje na takovoj razini zahtijeva osmišljen i skoro potpuno profesionalan pristup koji u nas neće i ne može biti moguć bez snažne podrške HP-a, ali i nekih resornih ministarstava, u prvom redu Ministarstva prosvjete i športa s pripadajućim županijskim uredima.

Značajne mogućnosti pruža kompjuter, odnosno Internet. Veliki je broj zemalja gdje je Internet u samom početku iskorišten za najagresivnije promicanje filatelije u svim mogućim vidovima. Nažalost, u nas, kao i čitavom našem društvu, tu smo još na početku početka. Svakako da nas to ne bi smjelo obeshrabriti za daljnji rad.

Gosp. Adler spominje voditelje, te ukazuje na izuzetne osobine koje bi trebali imati. To je točno, a najbolje se manifestira jednim brzim pogledom kroz povijest organizirane hrvatske filatelije. Kada su se našla 2-3 "jaka" čovjeka u nekoj našoj filatelističkoj sredini, redali su se niz godina upravo izuzetno vrijedni rezultati, sjetimo se samo slavne prošlosti našeg HFD-a i prve hrvatske filatelističke izložbe tamo danas daleke 1907. godine; neću namjerno spominjati novije primjere! S druge strane imamo i obrnuto, odnosno to isto ali u negativnom smislu: imamo primjera drastične stagnacije i na nivou pojedinih društava a i HFS-a u nesrednim razdobljima, osobito kada je dolazilo do sukoba, koji su većinom proizlazili kada su osobne ambicije, animoziteti, umišljenost ili interesi bili važniji od filatelije. Za utjehu, ako nam je to utjeha, slične pojave postoje u vanjkim filatelističkim sredinama, ne trebamo se bojati da je to nešto "naše"!

I dalje je nužno, kao i uostalom i zadnjih 5 do 7 godina, ustrajati na što većem i brojnijem organiziranju filatelističkih izložbi, pritom natjecateljski nivo treba dozvoliti samo za zaista veće regionalne i dakako nacionalne izložbe. Ne treba obeshrabrivati one koji priređuju i po desetak puta godišnje mini-izložbe na dvije-tri ili par vitrina. Japan koji je također jedna od

## San Marino 1700 GODINA REPUBLIKE

Prošle se godine navršilo 1700 godina otkako je klesar Marin s otoka Raba malenoj zajednici koja ga je potkraj njegova života slijedila na brdo *Monte Titano*, darovao najvažnije od svih nasljeđa: slobodu koja je u okviru minijature republike potrajala već sedamnaest stoljeća.

*Relinquo vos liberos ab utroque homine - ostavljam vas slobodne od svakog čovjeka*, rekao je, utemeljivši državicu koja je svoju neovisnost ponajprije branila oružjem (posljednji pobjedonosni rat završio je davne 1462.), a potom diplomacijom. Tijekom sedamnaest stoljeća sv. Marin bio je štovan ne samo kao osnivač, već i kao zaštitnik republikanskih institucija.



Jedan je od njegovih likova bio odabran kao predložak za likovno rješenje srebrnjaka nominalne 10.000, a prodajne vrijednosti 38.000 lira koji je u čistoći 835% bio iskovan i u prodaju stavljen u rujnu prošle godine.

Ukupna je količina samo 18.000 kovanica koje sa stražnje strane donose grb najstarije republike. Nije ju osnovao Hrvat, ali je osnivač došao s otoka koji je kasnije postao hrvatskim. Lijepa popuna svakoj zbirci *C r o a t i c e*, posebice nađe li se kakva numizmatičko-filatelistička prigodna omotnica.

*prof. Jurica Miletić*

HRVATSKO FILATELISTIČKO DRUŠTVO  
"Z R I N S K I"  
ČAKOVEC

PRIGODNI POŠTANSKI ŽIGOVI  
1999. GODINA

1. 08.04.1999. godine  
40000 ČAKOVEC  
FILATELISTIČKA IZLOŽBA  
"MINERALI, UKRAS PRIRODE"  
Autor: prof.dr. Zvonimir HERNITZ, Zagreb  
P-1-1572/99 25.3.1999.  
Prigodna omotnica
2. 19.05.1999. godine  
40000 ČAKOVEC  
DAN GRADA  
Autor: Dario Stella, Čakovec  
P-1-2320/99 5.5.1999.  
Prigodna omotnica
3. 18.06.1999. godine  
40323 PRELOG  
MEĐUNARODNI RALLY  
MOTORNIH ZMAJEVA I  
ULTRALAKIH LETJELICA  
"MURA CUP'99"  
Autor: Dario Stella, Čakovec  
P-1-2319/99 5.5.1999.
4. 03.07.1999. godine  
40000 ČAKOVEC  
PLANINARSKI POHOD  
"SKANDINAVIJA'99"  
Autor: Dario Stella, Čakovec  
P-1-3015/99 18.6.1999.  
Prigodna omotnica



HRVATSKO FILATELISTIČKO DRUŠTVO  
"Z R I N S K I"  
Č A K O V E C  
PRIGODNI POŠTANSKI ŽIGOVI  
2000. GODINA

1. 18.05.2000. 40000 Čakovec  
IVAN PAVAO II  
80. ROĐENDAN SVETOG OCA  
P-I-2883/2000  
Prigodna omotnica  
Dopisnica sa dotiskom A  
Dopisnica sa dotiskom B



2. 27.05.2000. 40000 Čakovec  
FILATELISTIČKA IZLOŽBA  
U ČAST MARKA POLA  
P-I-2882/2000  
Prigodna omotnica  
Dopisnica sa dotiskom

3. 26.06.2000. 40000 Čakovec  
FILATELISTIČKA IZLOŽBA  
"ANTOINE DE SAINT EXUPERY"  
P-I-3734/2000  
Dopisnica sa dotiskom



4. 01.07.2000. 40000 Čakovec  
FILATELISTIČKA IZLOŽBA  
"ŠKOLJKE NA MARKAMA"  
P-I-3733/2000  
Dopisnica sa dotiskom A  
Dopisnica sa dotiskom B

5. 05.10.2000. 40000 ČAKOVEC  
DAN HRVATSKIH ŽELJEZNIČA  
Dopisnica sa dotiskom



VRBAVEC 408  
ČAKOVEC, R. Basković & sinovi  
FOTOKOPIRANJE IVEK, PRILJEPIĆ



**MTČ Tvornica čarapa d.d.  
Čakovec**

Zrinsko - frankopanska bb, 40 000 ČAKOVEC - HRVATSKA

*Brijant*

**OPTIKA I SATOVI  
MEKOVEC & MEKOVEC**

40000 ČAKOVEC R. Boškovića 1 tel./fax: 040/390-644

**KANASTA**  
**ČAKOVECA**

**JEDINA PRAVA KANASTA KAVA**

***VRBANEC d.o.o.***

ČAKOVEC, R. Boškovića 4, 040/390-798  
FOTOKOPIRANJE, UVEZ, PRIJEPIS