

RASSEGNA STAMPA

18 Aprile 2013

Argomento	Testata	Autore	
Pag. Data Articolo	Titolo		
2	18/04/2013	CORRIERE DI COMO EDICOLE IN CRISI, NEI PRIMI MESI 2013 HANNO CHIUSO IN 10	
4	18/04/2013	MODENA QUI BENZINA E RIVISTE, LA COOP SI PREPARA A MANGIARE I PICCOLI	VINCENZO MALARA
5	18/04/2013	MODENA QUI «ESPONIAMO TUTTE LE TESTATE. GLI IPER SOLO LE PIÙ VENDUTE»	

Economia e società

**Il grido
d'allarme
della categoria**

Giuseppe Rondinelli «I giovani non si avvicinano più alle edicole se non per le ricariche del telefono. Non c'è il via vai di un tempo ma cerchiamo di andare avanti con fiducia»

Roberto Azzi «Da 17 anni faccio questo mestiere. È cambiato tutto. Sono diminuiti i clienti, la crisi ha rallentato i consumi e gli editori fanno il bello e cattivo tempo. Non si riesce più a sopravvivere»

Edicole in crisi, nei primi mesi 2013 hanno chiuso in 10

Nel 2009 in provincia di Como le rivendite di giornali erano 300, oggi sono 230

Dieci edicole hanno abbassato la serranda nei primi tre mesi del 2013. Si apre con questo bilancio drammatico un altro anno di crisi nera per la categoria. Il ritmo delle chiusure è impressionante. In tutta la provincia sono circa 230 quelle ancora operative.

Cifra che superava di parecchio le 300 unità soltanto un paio di anni fa. Il settore è allo stremo e protesta. E sono ancora i numeri a tracciare un quadro impietoso della situazione che si sta vivendo in tutta Italia dove ben 12 mila edicole hanno chiuso dal 2009 a oggi: 4 mila ogni anno. Durissime le accuse lanciate da chi ogni mattina si alza alle 5 per iniziare il lavoro. «È il mio mestiere da 25 anni e non ho mai visto un periodo così difficile. Sono molti i fattori che hanno generato questa situazione. Innanzitutto, la crisi che ha costretto tutti a tagliare costi superflui - dice **Davide Sigon** nella sua *Edicola Più* di Montano Lucino, vicepresidente comasco del Sindacato Nazionale Autonomo Giornalai (Snag) attivo all'interno di Concommercio - Devastanti anche le liberalizzazioni che hanno portato i nostri prodotti nei centri della grande distribuzione dove le persone si fermano sempre più spesso a sfogliare i giornali e poi non li comprano». Un altro elemento spesso viene dimenticato.

«Noi - dice Sigon - non decidiamo nulla. Vendiamo ciò che ci viene dato dagli editori. Ormai dob-

biamo diversificare per sopravvivere proponendo altri prodotti». E infatti, nella sua edicola compare uno scaffale con prodotti di cartoleria e un altro con patatine e snack vari.

«Facciamo marketing. Vendiamo i gratta e vinci e le ricariche telefoniche per attirare i clienti. Personalmente agisco molto sul web e sui social network. Ho anche creato una pagina dedicata (giornalaicomaschi) dove poter comunicare», conclude.

Tutti mezzi per sopravvivere visto che, oltre alla crisi, il guadagno su ogni giornale o rivista corrisponde al 19% del prezzo di copertina. «E se un periodico che costa 2 euro viene messo dall'editore in offerta per un certo periodo a 50 centesimi, noi il 19% lo dobbiamo calcolare sul prezzo di vendita al pubblico. Spesso ci mandano poche copie di alcuni giornali con gadget super richiesti e non siamo in grado di accontentare i clienti», aggiunge **Mauro Corengia** nella sua edicola di via Valleggio, a Como. Problema al quale si aggiunge anche l'impossibilità - come detto da alcuni intervistati - di scegliere tra più distributori locali. Anche l'accordo nazionale che regola il settore è ormai scaduto da 3 anni e non c'è alcuna novità all'orizzonte. Altro fattore da non trascurare, il web.

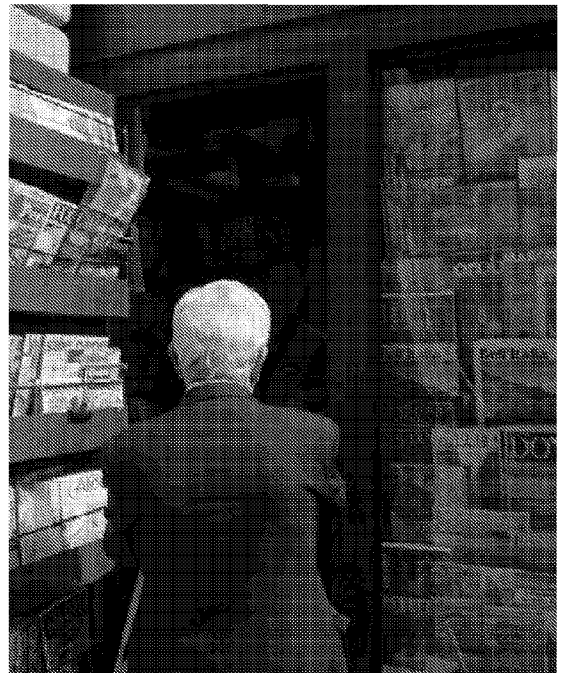
Sempre più utenti leggono i quotidiani on line. «Inoltre i giovani non si avvicinano più alle edicole se non per le ricariche del telefono - dice **Giusep-**

pe Rondinelli nel suo negozio in centro città - In effetti non c'è il via vai di un tempo ma cerchiamo di andare avanti con fiducia. È decisivo diversificare l'offerta». Nel 2008 è scoppiata la crisi ma il «settore è in lento declino da tempo. Ultimamente stiamo sprofondando a doppia velocità - dice **Alessandro Ostinelli** nell'edicola di piazza Duomo - Gli editori fanno ciò che vogliono. I distributori sono pochi. E noi siamo trattati sempre più come passacarte. Ci considerano soltanto come persone che devono esporre i giornali. Si dimenticano, gli editori, che siamo noi a proporre ai clienti i nuovi prodotti. Chiediamo più attenzione e rispetto».

Il grido d'allarme è univoco. «Da 17 anni faccio questo mestiere. È cambiato tutto. Sono diminuiti i clienti, la crisi ha rallentato i consumi e gli editori fanno il bello e cattivo tempo. Non si riesce più a sopravvivere», commenta **Roberto Azzi** dalla sua rivendita di piazza Cacciatori delle Alpi. Chi ha pagato sulla propria pelle la crisi e il sommarsi di tutti i problemi evidenziati è il presidente della Snag, Enrico Righi, nel settore da 31 anni, che da poco ha chiuso la sua edicola di Como Borghi. «Non si riusciva più ad andare avanti. Il fatturato è sceso del 70% negli ultimi anni. È un enorme dispiacere. Ho passato la vita nel settore. Prima dell'edicolante ho fatto il servizio stampa

per 3 anni».

Fabrizio Barabesi



Bassi ricavi e un numero sempre minore di clienti stanno mettendo in ginocchio le edicole

Sul Lario nei primi tre mesi di quest'anno sono state chiuse 10 edicole



Davide Sigon



Alessandro Ostinelli



Mauro Corengia



Roberto Azzi



Giuseppe Rondinelli

Benzina e riviste, la Coop si prepara a mangiare i piccoli

Presto il distributore. Intanto sempre più iper vendono giornali

«Benvenuti alla Coop. Benzina low-cost e quotidiani da sfogliare in tutta tranquillità. Non mancano sconti se hai fatto rifornimento da noi e la possibilità di sbirciare dentro la tua rivista preferita». Sembra uno spot promozionale, ma è ormai realtà. Sgombriamo il campo da equivoci: la libera concorrenza permette tutto questo e non è una critica contro un'insegna rispetto ad un'altra. Ma si tratta di riflettere su un mondo cooperativo che ha portato per decenni benessere al territorio, ma rischia ora di spazzare via una fetta di piccola imprenditoria locale. In particolare sono due i settori in subbuglio: benzinai ed edicolanti. In questi giorni, infatti, a Modena si parla del nuovissimo distributore Coop di prossima apertura vicino al Grand'Emilia, e della protesta di decine di edicole cittadine che lamentano la concorrenza della vendita di giornali all'interno dei supermercati. L'accelerata nell'offerta di riviste e quotidiani dentro gli iper (autorizzata dal 2001 previa un'autorizzazione comunale) è dovuta principalmente all'introduzione delle liberalizzazioni Monti che permettono alla grande distribuzione di allestire un reparto ad hoc senza limiti di sorta.

Nello specifico, le edicole sono soggette ad un vincolo esclusivo che le obbliga ad esporre tutti i prodotti editoriali presenti sul mercato (circa 4.500 tra riviste, quotidiani, gadget, ecc.), mentre Coop può selezionare le testate cosiddette 'alto vendenti'. E dai giornali al carburante il discorso non cambia. Il nuovo distributore al Grand'Emilia avrà il logo Enercoop, ennesimo marchio di sistema della

gdo rossa, già operativo in terra lombarda e nella vicina Piacenza. Nei mesi scorsi la consorella Coop Adriatica aveva annunciato, per i prossimi anni, l'apertura di ben otto distributori, il primo dei quali aprirà a giugno a Castel Maggiore, a pochi chilometri da Bologna. Dal benzinai Enercoop si potrà fare rifornimento anche di Gpl e metano «al prezzo più basso nel territorio di riferimento», ha assicurato di recente il presidente Adriano Turrini.

Il trend è quello già anticipato negli anni scorsi da Conad che può vantare 18 impianti in Italia, tra cui quello a Baggiovara (altri due apriranno nel modenese entro il 2014). Non c'è che dire: per il consumatore il risparmio è assicurato perché il rifornimento costa una media di 10 cent in meno al litro. Prezzi low-cost che riducono la marginalità di guadagno per Coop e Conad, ma garantiscono un utile grazie ai volumi venduti: basti pensare che il distributore Conad di Baggiovara nel 2012 ha erogato 18,4 milioni di litri di carburante contro una media per distributore logato intorno agli 1,5 litri l'anno. «Non c'è partita. Per un gestore ci sono i prezzi fissati dalla compagnia, ma Coop non ha vincoli e può comprare il carburante dalla raffineria più vantaggiosa», ammette Gianluca Pelloni, gestore del distributore Esso in strada per Campogalliano. Il confronto tra prezzi rende bene l'idea: ieri la stessa Esso proponeva la verde a 1,733 euro al litro e il gasolio a 1,626, mentre il distributore Conad rispettivamente 1,618 e 1,528 euro al litro. «Il guadagno lordo si aggira per la

categoria intorno ai 30 centesimi al litro, senza contare che diminuisce se aderiamo alle campagne premi. Ormai l'utile per noi gestori è inesistente e con l'arrivo di un attore di queste dimensioni la ricaduta sulle pompe nel raggio di 15-20 chilometri potrà significare una riduzione di ricavi anche del 40-50%».

Il ragionamento è chiaro: per Coop il distributore è come una normale corsia dell'ipermercato dove si vendono surgelati, carne, ortofrutta, ecc. E invece di un gestore, alla pompa c'è un servizio fai da te con pagamento all'uscita nelle mani di un dipendente assunto magari con un contratto a termine. I costi di gestione, poi, si spalmano sull'attività dell'iper adiacente che genera milioni di euro l'anno. Prendendo ad esempio Nordiconad, negli ultimi esercizi i ricavi dalla vendita di benzina hanno pesato sul fatturato totale per circa il 4%, attestandosi intorno ai 25 milioni di euro.

In sostanza la grande distribuzione riduce la filiera e compra direttamente alla fonte. Il distributore Coop potrà contare, poi, su un elemento d'appeal ulteriore: il Grand'Emilia è un centro commerciale tra i più grandi in regione. Così gli automobilisti saranno gli stessi clienti che al contempo si recheranno all'iper per godersi negozi, ristoranti e fare una spesa conveniente, magari con qualche sconto collegato al rifornimento di carburante. Insomma, non c'è n'è per nessuno. E per i distributori modenesi la sfida con Coop (e il Grand'Emilia) sembra già persa in partenza.

■ Vincenzo Malara

IL FRONTE EDICOLE Giuliano Barbieri è proprietario di una rivendita in strada Vaciglio «Esponiamo tutte le testate. Gli iper solo le più vendute»

La Coop fa concorrenza anche nella vendita di quotidiani e riviste. E gli edicolanti - circa 300 in tutta la provincia modenese - sono preoccupati. Nelle prossime settimane almeno una decina di supermercati in tutto il territorio modenese apriranno angoli ad hoc con testate di ogni sorta. Alla base di questo cambiamento una normativa profondamente mutata nell'ultimo decennio. Risale al 2000, infatti, il via alla sperimentazione delle vendite nei supermercati. Un anno dopo, la legge 170 ha stabilito un regime autorizzatorio comunale per l'apertura delle rivendite, iper compresi. Nel 2012 è cambiato tutto e le liberalizzazioni Monti hanno tolto ogni vincolo. Abbiamo affrontato l'argomento con Giuliano Barbieri, edicolante da vent'anni e proprietario di una rivendita in strada Vaciglio Centro, oltre che co-presidente del sindacato Sinagi di Modena.

Prima di tutto va spiegato il quadro normativo attuale. Un quadro dove convivono leggi differenti in un panorama già compromesso dalla crisi.

«Al momento sono in vigore sia la legge sull'editoria 170/2001, sia le liberalizzazioni del Governo Monti che stanno spingendo la grande distribuzione, come Coop Estense, ad aprire nuovi punti vendita nei loro supermercati. Succederà a breve in alcuni esercizi prossimi al centro, ma anche nelle zone terremotate dove le edicole nei container stanno cercando a fatica di continuare l'attività. In realtà esisterebbe un'indicazione regionale che consiglia la sospensione delle nuove autorizzazioni in attesa di nuove specifiche di legge, ma il Comune non la sta considerando».

Liberalizzazioni a parte, c'è un vincolo fondamentale che differenzia voi rivendite tradizionali da una Coop.

«In sintesi noi edicolanti siamo obbligati a tenere esposto ogni tipo di prodotto editoriale, dal gadget alla rivista. Non abbiamo facoltà di scelta. Parliamo di circa 4.500 riviste. Di queste soltanto 200 vendono realmente. Il rimanente è tutto reso. La grande distribuzione ha invece un'autorizzazione non esclusiva alla vendi-

ta e può selezionare le testate cosiddette 'alto vendenti' che sono quelle che fanno l'80% delle entrate».

Per voi e l'ipermercato l'utile è il medesimo perché i prezzi sono fissi. La differenza è che per Coop si tratta di un surplus sul fatturato complessivo, per voi dell'unica fonte di guadagno.

«Noi edicolanti incassiamo il 19% lordo su ogni prodotto. L'apertura dei nuovi punti vendita nei supermercati, spesso a poche decine di metri dalle edicole, causano il tracollo economico delle famiglie che lavorano in quelle rivendite. Inoltre, negli ultimi anni molte riviste hanno ridotto i prezzi causando un ulteriore calo degli introiti».

Che conseguenze causa questa deregulation?

«Prima di tutto la gente si disabituava ad andare in edicola determinando la scomparsa di un servizio che dava identità a un quartiere. Inoltre così ne risentiranno testate minori che la grande distribuzione non proporrà nelle sue rivendite».

(vi.ma)



Giuliano Barbieri è proprietario dell'edicola in strada Vaciglio