

# RASSEGNA STAMPA

25 Gennaio 2013

<b>Argomento</b>	<b>Testata</b>	<b>Autore</b>	
<b>Pag. Data Articolo</b>	<b>Titolo</b>		
2	24/01/2013	<b>PRIMACOMUNICAZIONE</b> FIEG, FIRMATO L'ACCORDO SUGLI ABBONAMENTI IN EDICOLA	
3	25/01/2013	<b>GAZZETTA DI MODENA</b> SMART CARD, LA GAZZETTA CON LO SCONTO	
5	25/01/2013	<b>GAZZETTA DI MODENA</b> "VANTAGGI PER NOI E I NOSTRI CLIENTI"	ANDREA GILIOLI

**Fieg, firmato l'accordo sugli abbonamenti in edicola** - Firmato l'accordo fra gli editori e le organizzazioni sindacali dei rivenditori Felsa-Cisl e Fenagi-Confesercenti per domiciliare gli abbonamenti in edicola (27 novembre).

# Smart card, la Gazzetta con lo sconto

Con la nuova tessera ricaricabile è possibile ritirare in edicola il quotidiano con una riduzione del prezzo di copertina

Vi piacerebbe poter acquistare il vostro quotidiano a un prezzo addirittura inferiore a un euro alla copia? Dal 3 dicembre scorso questo è possibile, almeno nelle edicole della zona di Sassuolo, Fiorano, Montefiorino, Frassinoro, Prignano sul Secchia, Palagano, Polinago, Varana di Serramazzoni e Corlo di Formigine che hanno aderito all'iniziativa della Smart Card voluta dall'editore sia per la Gazzetta di Modena che per quella di Reggio Emilia.

In pratica l'informatica si sposa con la carta stampata grazie ad una tessera elettronica, la Smart Card precaricata, appunto, con la quale ci si abbona, di fatto, per uno o due mesi ottenendo un numero di copie superiore alla spesa sostenuta e per di più senza l'obbligo di doversi presentare ogni volta all'edicola con i soldi in mano. In barba a quanti hanno voluto vedere nell'informatica e nella comunicazione on line un segno di declino della comunicazione su carta i due mondi si fondono in un reciproco sostegno a vantaggio soprattutto del lettore.

A spiegare meglio questa piccola rivoluzione, che coniuga il mondo dell'informazione tradizionale con quello delle nuove tecnologie, è la dottoressa Silvia Angelo vice presidente dell'Agenzia Menta alla quale il Gruppo Finegil spa ha affidato il compito di promuovere e sperimentare il progetto di distribuzione dei quotidiani di Modena e Reggio Emilia.

«Le esperienze già compiute - premette Silvia Angelo - effettuate in collaborazione con Gazzetta di Parma e il Sole 24 Ore, hanno e stanno continuando a fornire ottimi risultati, con soddisfazione dei lettori, degli edicolanti, dell'Editore e dell'Agenzia stessa. Da anni effettuiamo investimenti tecnologici per migliorare continuamente la qualità del servizio nei confronti degli editori e dei rivenditori e oggi possiamo vantare pressoché la totale

informatizzazione della nostra area di distribuzione che copre interamente Parma e provincia, Reggio Emilia e provincia e parzialmente le province di Modena oltre che Piacenza, Cremona e Mantova. Premetto che queste iniziative di marketing sono rivolte alle rivendite informatizzate e premiano tutti coloro che dal 2009 (anno di subentro di Adg Menta s.r.l. nella gestione dell'area interessata nella provincia di Modena) ad oggi, ci hanno seguito su tale trasformazione e sono stati capaci di investire sul loro futuro, informatizzandosi».

**Cosa occorre fare per attivare la card e poterne usufruire?**

«Ci sono due modalità per la sottoscrizione della smart card, entrambe molto semplici. Con la prima il lettore si reca presso una rivendita informatizzata e richiede il modulo di sottoscrizione, una volta compilato lo restituisce al rivenditore e il giorno successivo ritira la smart card in edicola, la ricarica e inizia a ritirare le sue copie. La seconda opzione prevede la possibilità da parte del lettore di collegarsi tramite internet all'indirizzo <http://marketingadgmenta.it>, scegliere l'area cliente dal menu "Abbonamenti e ricaricabili" e, seguendo le istruzioni, procedere direttamente alla sottoscrizione».

**Per favore, ci precisi meglio.**

«Una volta effettuata la sottoscrizione della smart card è necessario per poterla utilizzare ricaricarla presso la rivendita scelta. Attualmente i tagli delle ricariche utilizzabili sono 30 euro che consentono al lettore il ritiro di 33 copie nell'arco temporale di cinquanta giorni dalla data della ricarica oppure 50 euro che consentono al lettore il ritiro di 60 copie nell'arco temporale di novanta giorni dalla data della ricarica. Preciso che la tessera non ha scadenza e può essere ricaricata quando il residuo di co-

pie in esso contenute è pari o inferiore a 7, informazione che la rivendita può in ogni momento fornire al lettore. Infatti attraverso l'apposita funzione a disposizione, semplicemente leggendo la tessera con il lettore di codice a barre, il rivenditore è in grado di monitorare il numero di copie residue presenti sulla stessa ed informare il suo cliente».

**Sembrirebbe, però, che in questo modo l'editore vada incontro ad una perdita.**

«No. Ritengo che per l'editore e per tutti gli attori della filiera queste iniziative devono essere considerate un importante investimento per la riqualificazione della filiera della carta stampata, che purtroppo come molti settori dell'economia italiana non è stata risparmiata dalla crisi. Sono convinta che le potenzialità di marketing delle carte ricaricabili sono ancora tutte da esplorare da parte del mondo editoriale, sicuramente oggi rappresentano un premio di fidelizzazione per il lettore e un vantaggio per l'edicolante, ma in futuro le operazioni si possono moltiplicare, ad esempio premiano il lettore che ha fatto più ricariche, oppure attraverso concorsi legati all'utilizzo della smart card e tutto quanto la fantasia del marketing editoriale vorrà sviluppare».

**Come fa l'edicolante a verificare che l'operazione sia esatta e che si svolga senza problemi per tutti i soggetti interessati: lui stesso, il cliente e l'editore?**

«Attraverso il programma dedicato al ritiro degli abbonamenti e delle ricaricabili ci sono tutte le funzionalità necessarie a fornire l'assoluta garanzia dell'operazione. Anche nella serata di presentazione della smart card abbiamo evidenziato "provandolo sul campo" come sia impossibile ritirare una copia due volte nella stessa giornata anche in due rivendite differenti, pertanto l'editore e il rivenditore hanno le massime garanzie di protezio-

ne dell'operazione».

**Una comodità per i lettori, ma come la pensano gli edicolanti?**

«Questa iniziativa fornisce al rivenditore, oltre a una remunerazione supplementare legata alla ricarica delle tessere, un vantaggio impagabile,

“la fidelizzazione del cliente”. Pertanto sono convinta che saranno loro i sostenitori più interessati alla prosecuzione dell'operazione e a comprova di quanto detto, in un mese abbiamo stampato più di 850 tessere. L'iniziativa è agli inizi, i riscontri in termini numerici,

però, sono già significativi, pertanto il tutto rappresenta una buona base per il proseguimento dell'operazione alla quale auspichiamo possano seguire nel futuro imminente nuove iniziative di marketing che portino dei vantaggi aggiuntivi alla filiera».



**La dottoressa Silvia Angelo, vice presidente dell'Agenzia Menta, all'incontro con gli edicolanti sull'iniziativa**



# «Vantaggi per noi e i nostri clienti»

Parlano due edicolanti che hanno aderito al progetto: risparmi di tempo e soldi

Ad un paio di mesi dall'avvio della Smart Card Gazzetta di Modena nelle edicole di Sassuolo, il nuovo sistema di acquisto del quotidiano è stato adottato da diversi lettori.

«Al momento abbiamo effettuato sei card - afferma Monica Berzolini, dell'edicola di via Braida - ma vi sono ulteriori quattro clienti, che pur avendola acquistata in altre edicole del territorio vengono spesso da noi a prendere la loro copia». Tre invece le card vendute da Paolo Fili della centralissima edicola di viale XX settembre. «A fare la card sono stati alcuni dei clienti abituali - continua Monica Berzolini - quelli che ogni giorno, ormai da anni, acquistano la Gazzetta di Modena; la ragione risiede essenzialmente nel risparmio, dati i tempi di magra, infatti, è allettante poter pagare la Gazzetta al vecchio prezzo, di un euro; in più i nostri clienti possono venire a ritirare il giornale senza contante al seguito». A spingere i lettori all'acquisto della card è anche il fatto che ricaricando di cinquanta euro si hanno dieci copie omaggio. «Anche per noi edicolanti ci sono dei vantaggi - spiega il si-

gnor Fili - primo fra tutti il fatto che il nostro guadagno resta invariato a fronte di un prezzo migliore per il lettore; secondariamente il sistema Smart Card, benchè utilizzabile in tutte le edicole della città, crea una certa fidelizzazione dei clienti».

Il sistema della card, che è in pratica una forma di abbonamento con il ritiro della copia in edicola, piace molto ai giornalisti, che lo preferiscono agli abbonamenti, sempre più diffusi, stipulati direttamente col distributore, e «che - continua Monica - ci portano via tanti clienti, allettandoli con enormi prospettive di risparmio». «Ci sono anche clienti fidelizzati che hanno preferito non acquistare la card - spiega Paolo Fili - si tratta di coloro che non essendo sempre a Sassuolo rischierebbero di non poter sfruttare l'offerta, che prevede di poter ritirare le sessanta copie in novanta giorni». «Per me è un'idea veramente buona - aggiunge Monica - che può aiutare le edicole nella impari battaglia con i supermercati, dove il lettore spesso legge il giornale senza acquistarlo, con un danno per tutti, dall'edicolan-

te all'editore. Nella nostra edicola abbiamo pubblicizzato molto la card, che ha avuto un buon riscontro anche perché per ottenerla non servono procedure complesse, basta compilare un modulo e il cliente può usufruire di tutti i vantaggi». Quanto ai difetti del sistema come hanno spiegato in viale XX Settembre, quello che più preoccupa è il rischio che "salti" la connessione internet, che spesso nelle edicole è affidata a chiavette gsm. Per ora il problema si è presentato di rado e i gli edicolanti stanno cercando di risolverlo, infatti in assenza di connessione non è possibile "scaricare la copia" e il cliente deve attendere, oppure andare a ritirare la copia in un'altra edicola, poichè non è possibile scaricarla il giorno dopo. «Un ulteriore disagio si potrebbe presentare per quei clienti che acquistano più di una copia al giorno, rari ma comunque presenti - spiegano in via Braida - i quali sarebbero costretti, per poter usufruire degli sconti, ad acquistare due o tre card, poichè con ogni card si può ritirare una sola copia al giorno».

Andrea Gilioli



A sinistra Monica Berzolini dell'edicola di via Braida e a destra Paolo Fili dell'edicola di viale XX Settembre entrambe a Sassuolo i due edicolanti concordano sui vantaggi che la card offre sia a loro che ai loro clienti

