la Rassegna.it
Fondata nel 1906

9 Aprile 2014

Edicole, «così progettiamo la rinascita»

Nel nuovo piano del Comune di Bergamo la possibilità di ampliare le strutture per fare spazio a più merceologie. Fusini (Ascom): «Sono un punto di riferimento, occorre capitalizzare l'alto numero di contatti giornalieri attraverso una maggiore offerta di prodotti e servizi». Labò: «Con Expo possono diventare infopoint»

Le edicole di Bergamo e il rituale quotidiano dell'acquisto dei giornali non tramontano e, nonostante la crisi, guardano avanti e puntano al rilancio. Il Comune ha lanciato infatti un piano salva-edicole e rilancia-chioschi completando l'ultimo tassello del Pgt sul fronte del commercio. Schiacciate da Internet, tablet e dal mare magnum di magazine a 1 euro o 50 centesimi, le 41 rivendite della città annaspano e il Comune, in collaborazione con le associazioni di categoria, ha dato il via ad un processo di riqualificazione sostenibile ed ambizioso che passa necessariamente dall'allargamento delle categorie merceologiche in vendita. Con un gruppo di lavoro dedicato, l'Amministrazione ha redatto un piano – approvato all'unanimità il primo aprile dal Consiglio – che, in coerenza con la strumentazione urbanistica vigente, punta al sostegno del lavoro, ad un maggior decoro in città e a un miglior servizio ai cittadini. «Oltre ad aggiungere nuove opportunità lavorative con l'inserimento di nuovi chioschi, è stato lanciato un programma di sostegno attraverso un miglioramento delle strutture esistenti per generare maggiori servizi al cittadino e al turista – spiega l'assessore alle Attività Produttive

Enrica Foppa Pedretti -. Le edicole sono state penalizzate dalla rivoluzione nella distribuzione intervenuta negli ultimi dieci anni ma in Italia, a differenza del resto d'Europa eccezion fatta per la Spagna, i vecchi chioschi restano il luogo preferito dai cittadini per acquistare i giornali. Per favorire questa peculiarità e rendere sostenibili queste attività abbiamo deciso di lanciare un piano sostenibile per la loro riqualificazione».

Le edicole rappresentano un importante presidio d'informazione per il turista oltre che per il territorio e molto si può fare, con limitati investimenti, per valorizzarle: «Per quanto riguarda il decoro, gli elementi prescrittivi più significativi sono la tinteggiatura della struttura, di cui l'urbanistica ha definito il colore sia per i legni che per i metalli e la sostituzione degli espositori metallici esterni, spesso indecorosi ed arrugginiti, fornendo un abaco di riferimento – continua l'assessore -. È stata inoltre garantita la possibilità di ampliamento dove gli spazi lo consentono. Si potranno installare insegne informative a scritte scorrevoli per caratterizzare ulteriormente l'attività».

Le edicole devono poter "monetizzare" i contatti che ogni giorno stabiliscono con la città e con i turisti per recuperare la redditività persa tra calo delle vendite, campagne di abbonamenti aggressive e margini sempre più ridotti: «La situazione è davvero difficile per chi gestisce le edicole ma, nonostante la crisi, restano dei punti vendita attivi nei centri urbani e tra i servizi di prossimità più importanti, aperti anche sette giorni su sette – sottolinea Oscar Fusini, vicedirettore dell'Ascom -. Il rito dell'acquisto del quotidiano dall'edicolante di fiducia non tramonta e anche per i più piccoli l'edicola, con figurine e fumetti, resta un punto di vendita di grande richiamo. Il numero di contatti che ogni giorno l'edicola stabilisce è superiore a quello della maggior parte delle altre attività commerciali, non resta che capitalizzarli attraverso una maggiore offerta di prodotti e servizi».

La crisi non agevola però gli investimenti: «Riceviamo un importante segnale da parte dell'Amministrazione comunale – sottolinea il presidente del Gruppo Edicole Ascom Marco Paciolla -. La crisi pesa enormemente sulle nostre imprese e la possibilità di allargare le edicole per ampliare la gamma in vendita rappresenta un'opportunità. La crisi non aiuta certo gli investimenti: sarebbe auspicabile lo stanziamento di contributi e risorse dedicate per dare un ulteriore segno di attenzione alla categoria. Creare un nuovo chiosco da zero richiede investimenti onerosi, dai 50mila ai 70mila euro in media». La svolta è necessaria per la sopravvivenza delle imprese: «Il nostro settore è in crisi – ribadisce Giampiero Labò, vice presidente nazionale del Sindacato Autonomo dei Giornalai, Snag – ed è questo il momento di pensare ad una riqualificazione e di fare spazio alle idee. In vista di Expo, ad esempio, le edicole possono diventare dei veri e propri infopoint a supporto dei turisti».