

21 Febbraio 2013

L'allarme degli edicolanti: «Il nostro è un futuro da ripensare»

Rinasce in Ascom il Gruppo Rivendite di giornali e riviste, presenza storica nella compagine dell'Associazione, ma che negli ultimi quattro anni non ha avuto una rappresentanza vera e propria. «Non si è persa la voglia di leggere, ma si fanno tagli alle spese quotidiane»



Rinasce in Ascom il Gruppo Rivendite di giornali e riviste, presenza storica nella compagine dell'Associazione, ma che negli ultimi quattro anni non ha avuto una rappresentanza vera e propria. L'assemblea degli edicolanti bergamaschi, riunitasi in Ascom, ha eletto come presidente Marco Paciolla, 40 anni e da 12 gestore dell'edicola di Grassobbio, in via Azzano San Paolo. A 25 anni, Paciolla è stato socio-fondatore dell'Assacom, associazione commercianti di Azzano San Paolo. Nel 2004, trasferitosi a Grassobbio, ha fondato l'Associazione Commercio Arti e Mestieri di cui ha ricoperto per un mandato la carica di presidente. Dal 2009 è assessore al commercio del comune di Grassobbio, dove in precedenza aveva ricoperto la carica di consigliere.

Il settore delle edicole risente della crisi e sono tanti i chioschi che in questi anni sono stati costretti a chiudere, ma al calo dei consumi imposto dai tagli a tutto ciò che non è necessario, si somma la disaffezione alla carta stampata: "Fino a qualche anno fa con l'editoria si poteva andare avanti tranquillamente, ma oggi la gente si è sempre più allontanata dalla stampa. Non si è persa la voglia di leggere, ma giornali e riviste rientrano nei piccoli tagli alle spese quotidiane imposte dalla crisi". I giovani non mostrano interesse verso quotidiani e periodici e il rituale della lettura mattutina ha un futuro sempre più incerto: "Tra i nostri clienti non c'è un ricambio generazionale - afferma Paciolla -. Il nostro cliente-tipo non ha meno di 30 anni. I ragazzi ormai non leggono più nemmeno la Gazzetta dello Sport. Sono davvero pochissimi i ventenni che acquistano un giornale". Le edicole sono così chiamate a rivedere la propria proposta, ad evolversi per rispondere alle mutate esigenze della clientela: "La crisi dell'editoria e l'allontanamento dalla carta stampata impongono ad ogni imprenditore delle scelte. Il nostro lavoro dà la possibilità - seppure gli spazi di vendita siano generalmente limitati - di introdurre nuovi articoli, allargando e diversificando la proposta commerciale con margini più alti". Negli ultimi anni le edicole hanno iniziato ad integrare la proposta: "Dal 2009 in edicola riceviamo i pupazzi ed i gadget del momento, dal braccialetto di gomma al giocattolo, che riscuotono sempre un buon successo. Tra i primi articoli che abbiamo iniziato a vendere, con ottimi risultati, ci sono gli occhiali da lettura per presbiopia, il classico oggetto indispensabile che viene sostituito con una certa frequenza. A dicembre abbiamo iniziato la vendita sperimentale di sigarette elettroniche, che in questo momento rappresentano una vera e propria tendenza". Il gruppo intende leggere le nuove tendenze del mercato ed attrezzarsi per coglierle al meglio: "Il nostro lavoro è fatto di grandi sacrifici e ci impegniamo dalle 5.30 del mattino alla sera, oltre alla domenica. Vogliamo fare di tutto perché sia valorizzato. Il nostro Gruppo ha in programma un lavoro di ricerca degli strumenti che ci possono portare verso quella che per molti versi rappresenta l'evoluzione dell'edicola moderna. Su questo fronte stiamo condividendo un progetto con i distributori locali al fine di sviluppare maggiormente le nostre attività e i nostri servizi. I contatti che ogni giorno stabiliamo sono un patrimonio che va sfruttato: dobbiamo lavorare maggiormente sulla fidelizzazione della clientela, oltre a cogliere le opportunità offerte da una clientela di passaggio e dai turisti, per cui l'edicola rappresenta spesso un vero punto di informazione ed un primo importante riferimento".

IL PROBLEMA

Anche le edicole fanno i conti con una contrazione dei consumi senza precedenti. "Bisogna fidelizzare la clientela: consigliare i clienti e proporre loro qualcosa che risponda ai loro desideri".

IL PROGETTO

Stilare un accordo con i distributori locali per accompagnare le edicole nel loro processo di evoluzione e crescita, attraverso l'ampliamento delle categorie merceologiche in vendita. "Dobbiamo ampliare la nostra proposta e diversificare l'offerta commerciale. Le prime sperimentazioni, a partire dalle sigarette elettroniche, stanno dando soddisfazioni e segnali positivi importanti".

LA SFIDA

Cambiare l'edicola, trasformando chioschi e rivendite in punti di riferimento per le più svariate esigenze. "Bisogna capitalizzare le migliaia di contatti che ogni giorno riceviamo, dalla richiesta di informazioni all'acquisto del biglietto

dell'autobus o del giornale”.

IL NUOVO CONSIGLIO DIRETTIVO

Nel Consiglio, oltre al presidente Marco Paciolla, siedono come vice presidente Roberto Puntorieri, titolare dell'edicola “Il Viale” di Viale Vittorio Emanuele in città e come consiglieri: Nicola Pacifico dell'edicola-tabaccheria del Villaggio degli Sposi a Bergamo e Daliso Falamischia, gestore della rivendita di giornali presente all'aeroporto di Orio.