

«Strategie mirate per il futuro delle edicole: non siamo negozi, ma un servizio pubblico»

Sinagi, il sindacato edicolanti, ha presentato uno studio effettuato su 1.200 clienti Rivieri: «Serve sempre collaborazione con gli editori e anche la politica deve fare il suo»



di **Davide Berti**

Una serata per approfondire i temi legati al lavoro dell'edicolante, al mondo dell'editoria, al lavoro dei giornali e soprattutto ai temi che i clienti cercano acquistando prodotti in edicola. E la richiesta è per la maggioranza una sola: notizie locali di qualità.

Grazie al sindacato Sinagi, infatti, nella sede della Cgil è stato presentato un sondaggio effettuato su un campione di oltre 1.200 persone che hanno risposto ad un questionario approfondito su preferenze, richieste, criticità, problemi.

La relazione di Andrea Rivieri ha toccato i temi più caldi: il contratto di lavoro, la necessità di prospettive, il rapporto con gli editori, la volontà di ampliare l'offerta delle edicole chiarendo come l'edicola non sia un esercizio commerciale ma un servizio pubblico, e come tale andrebbe trattato e considerato anche dalla politica.

E tanti sono stati i politici che si sono alternati al microfono del Sinagi, da sinistra a destra passando per il centro. Tutti, indistinta-

mente, hanno riconosciuto al Sinagi il ruolo strategico per la categoria e hanno riconosciuto agli edicolanti il grande valore sociale che le edicole hanno nelle comunità in cui sono insediate.

Giuliano Barbieri, storico segretario del Sinagi, ha poi ricordato iniziative e il percorso fatto per arrivare ad avere edicole come oggi, in grado di offrire molteplicità di servizi. Ma è chiaro che sono i quotidiani il vero tema che appassiona gli edicolanti. Al microfono, i tanti che si sono alternati per dare la loro testimonianza, hanno sottolineato quanto sia necessaria la collaborazione tra edicolanti ed editori nel trovare punti di incontro, condivisione e confronto.

Ma è proprio l'analisi del sondaggio che deve far riflettere tutti gli attori del mondo editoriale. Che cosa dicono, infatti, i lettori? Il 24 per cento dei cittadini intervistati si reca in edicola tutti i giorni, con una prevalenza leggermente superiore tra gli uomini rispetto alle donne. I cittadini vorrebbero trovare una maggiore diversificazione dei servizi nelle edicole, come certificati anagrafici (41%), prenotazione di servizi comunali (36%) e biglietti per i mezzi pubblici (61%).

Solo il 15% degli intervista-

ti ha abbonamenti a prodotti editoriali cartacei, mentre il 21 per cento ha abbonamenti a prodotti editoriali online. Analizzando la realtà delle edicole, la gestione in provincia di Modena è prevalentemente individuale: il 51,26% delle edicole è gestito da una sola persona, mentre il 36,13% da due persone. Una minoranza è gestita da tre o più persone.

Le vendite di pubblicazioni editoriali rappresentano la parte più significativa del fatturato delle edicole. I quotidiani locali sono i più venduti, seguiti da quelli nazionali e sportivi. Le motivazioni principali per l'acquisto dei quotidiani includono le notizie locali (42,02%), un mix di notizie locali e nazionali (30,25%) e la fedeltà alla testata (25,21%).

«Le edicole della provincia di Modena affrontano sfide significative - conclude Zivieri - ma con strategie mirate ad una maggiore collaborazione tra editori, edicolanti e amministratori locali, è possibile creare un ambiente sostenibile e prospero per il settore. Per garantire la sopravvivenza delle edicole è necessario un approccio multiforme che includa la diversificazione dei servizi, l'integrazione di tecnologie digitali e la promozione del loro ruolo sociale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Di cosa si parla
Presentato da Sinagi uno studio accurato: cosa chiedono i lettori? Notizie locali di qualità



Andrea Rivieri
Qui sul palco nella sede di Cgil per la serata di Sinagi