

La vendita di giornali è necessaria «Ma bisogna ampliare i servizi»

Lecco

Filippo Cavolina gestisce l'edicola all'ospedale Manzoni da diciotto anni
«Mancano i sostegni»

Con circa 3mila passaggi di persone al giorno l'edicola di Filippo Cavolina all'ospedale di Lecco è certamente in una posizione ideale per le vendite, aiutata anche dal fatto di avere una doppia licenza (editoria e bazar) che consente il commercio al dettaglio di svariati tipi di articolo.

Cavolina, commerciante da sempre, gestisce l'attività da 18 anni con sua moglie Rosalba e sua sorella Assunta. «Ritengo che oggi le edicole classiche mediamente faticino a mantenersi. Vanno avanti ma di anno in anno con la sola editoria i margi-

ni si riducono, gli editori ormai non ci vedono più come parte integrante di una catena che, rivolgendosi al cliente finale, è sempre stata fondamentale per il successo del business, tanto che da dieci anni il tavolo di rinnovo contrattuale è stato chiuso. Per fortuna - aggiunge Cavolina - con Snag abbiamo un sindacato forte nel difendere le nostre istanze, altrimenti avremmo chiuso tutti quanti da tempo».

L'edicolante (ex presidente e oggi vicepresidente di Snag-Confcommercio Lecco) ha dunque fatto una scelta commerciale precisa affiancando ai giornali la vendita di una lunga serie di prodotti e soprattutto di servizi, dal pagamento delle bollette alle pratiche di Spid e Pec: «Come gran parte della nostra categoria - afferma - stiamo allargando i servizi il più possibile, idem per i



Filippo Cavolina è vicepresidente di Snag-Confcommercio

prodotti: teniamo quantità limitate ma di vario genere per dare la possibilità al personale interno e a quei ricoverati che si trovano soli di potersi servire agevolmente ad esempio di detersivi, asciugamani, abbigliamento intimo e altro».

Eppure la vendita di giornali non viene sopraffatta, visto che per Cavolina l'editoria rappresenta la metà di tutto il venduto. Se le statistiche riferiscono un calo nelle vendite dei giornali che nel primo semestre del 2023 ha sfiorato il 10% su base annua, nei calcoli di Cavolina la sua edicola ha contenuto i danni con un calo «intorno al 3%, grazie anche alla possibilità di vendere altro, considerando anche che la numerosa utenza dei dipendenti dell'ospedale gioca un ruolo rilevante», dice.

L'attività dunque tiene e «tre persone impegnate ogni giorno sono necessarie, soprattutto se ci si vuole occupare i clienti in un determinato modo», afferma, spiegando che «dedicarsi completamente al mantenimento del cliente è un dovere e una gratificazione per il tipo di rapporto che si instaura. Le edicole sono

un servizio pubblico, riconosciuto come tale, tanto che durante il Covid abbiamo tenuto sempre aperto. Eppure - sottolinea - non abbiamo modo di difenderci dal fatto che, proprio per essere servizio pubblico, gli editori ci utilizzino come loro dipendenti imponendoci la misura dei nostri guadagni. Editori e distributori ci riducono i margini scaricando sulle edicole gli effetti della crisi di settore, eppure siamo noi a dare valore aggiunto alla vendita. Tantopiù che l'online non sta certo volando nella vendita degli abbonamenti. Siamo dipendenti, con i nostri investimenti».

Circa il sostegno pubblico alle attività del settore, Cavolini dice che come edicolante «l'unico contributo che sono riuscito a portare a casa risale a un bando di dieci anni fa sull'innovazione tecnologica delle piccole e medie imprese. Avevo avuto un aiuto enorme dagli uffici di Confcommercio Lecco, in un bando che non era semplice da applicare. Ma mediamente il nostro è un settore davvero molto poco supportato dalla politica e dai finanziamenti pubblici». M.Del.