

Focus commercio La filiera dell'editoria

«Educare i giovani all'informazione»

Lecco. Michele Preda, presidente di Snag-Edicole di Confcommercio, analizza i suoi 25 anni di attività
«Chi ha abbandonato il cartaceo non è passato al digitale e si accontenta di notizie "free", spesso non verificate»

LECCO
MARIA G. DELLA VECCHIA
Lo scorso anno, nel luglio 2023, Michele Preda e sua sorella Marta hanno festeggiato i 25 anni di avvio della loro gestione dell'edicola di via Besonda, a Lecco, rilevata nel 1998. In quello che Preda definisce «un lavoro iniziato con grande passione» e «basato al 100% sulla vendita esclusiva di prodotti editoriali, quotidiani, riviste e pubblicazioni collegate», Preda fin dal primo momento ha investito nel potenziamento dell'attività.

I veri prodotti editoriali
Preda, che è anche presidente del gruppo Snag-Edicole di Confcommercio Lecco, ci dice di aver impostato tutta la sua attività su cordialità e servizio al cliente e lo spiega così: «Il prodotto editoriale - afferma - è lo stesso in ogni edicola: lo stesso prodotto allo stesso prezzo, ma educazione e cordialità fanno la differenza nella qualità che offriamo. Si pensa che il rapporto con l'edicolante sia veloce, di passaggio, ed è vero: ma i clienti sono persone che vedo tutti i giorni, si instaurano rapporti duraturi, per quanto nel breve tempo di poche parole all'acquisto di un giornale. Quindi per un edicolante è importante magari tralasciare un po' qualche malumore per proprie questioni personali e accogliere il cliente nel migliore dei modi».

Sul servizio, aggiunge, bisogna «saper capire cosa vuole il cliente e disporre adeguatamente, senza ritardi, le forniture, come nel caso di prodotti da prenotare, arretrati o raccolte editoriali da completare».

E ovviamente a determinare il successo dell'attività c'è l'aspetto, non certo ultimo della posizione in cui si trova l'edicola. Posizione che non per tutti è favorevole e di grande passaggio: «Eppure - aggiunge Preda - quando il cliente si trova bene è disposto anche a piccole deviazioni per servirsi dal proprio edicolante».

Il momento d'oro della sua attività è stato quello di fine anni Novanta, con un investimento sul rilancio dell'attività che ha incrementato la clientela: «I supermercati - spiega - ci hanno tolto un po' di clienti ma a conti fatti i dati hanno dimostrato che non sono serviti ad aumentare le vendite degli editori, semplicemente hanno spostato altrove la stessa clientela».

E sulla transizione al digitale, Preda sottolinea che «il calo di vendite del giornale cartaceo non è compensato da una relativa crescita degli abbonamenti».

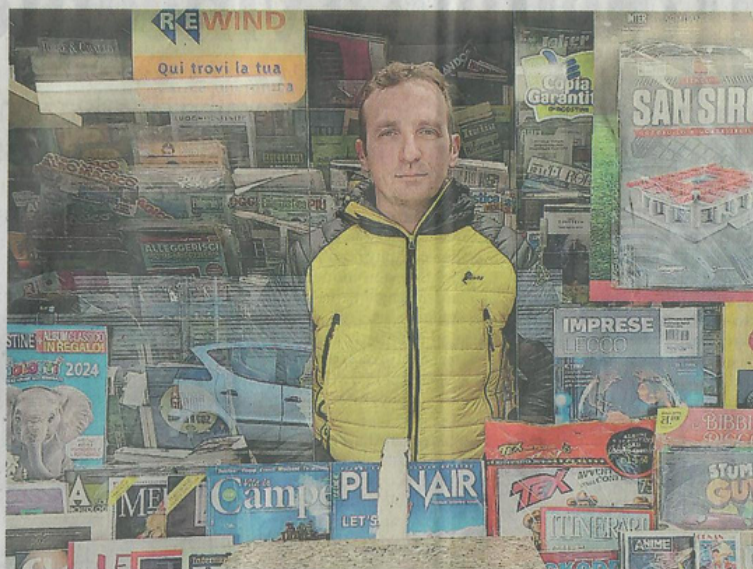
■ «Con i clienti si instaurano rapporti duraturi se li si tratta con gentilezza»

■ Il progetto "Quotidiano in edicola" sta coinvolgendo 500 studenti

ti ai giornali online. Da quanto ho iniziato l'attività, la possibilità di accedere all'informazione è cambiata parecchio, ma le notizie captate in rete sono altro rispetto a quelle che si trovano su un vero prodotto editoriale, che sia cartaceo o online. E purtroppo - aggiunge - chi ha abbandonato il cartaceo molto spesso è finito su notizie free, gratuite, dove certo al primo posto non si trovano ma solo approfondimenti, ma nemmeno la verifica delle notizie, per lo più copiate prendendole da veri prodotti editoriali».

Tre parti

Preda afferma che «si devono rendere consapevoli le giovani generazioni» e in proposito ricorda che Snag-Confcommercio ha promosso l'iniziativa del "Quotidiano in edicola", progetto in corso che coinvolge 500 studenti di scuola secondaria di primo grado a Molteno, Lecco, Merate, La Valletta, Bosisio Parini, Oggiono, in collaborazione con i relativi istituti scolastici e con il quotidiano La Provincia di Lecco: «Noi - aggiunge Preda - vogliamo portare i ragazzi in edicola in un progetto suddiviso in tre parti: una prima parte è realizzata dagli insegnanti in classe, una seconda con accompagnamento dei ragazzi delle scuole medie (una classe per volta) in edicola, per interagire con l'edicolante. I ragazzi sono stati anche da me e hanno posto domande di grande interesse. Nella terza fase i ragazzi hanno incontrato in aula un giornalista de La Provincia per la comprensione del senso della professione».



Michele Preda nella sua edicola di via Besonda a Lecco

Un sistema più moderno per un sostegno "sociale"

Un anno fa sul Lario è stato lanciato "Carta in rete", progetto di filiera presentato in Regione Lombardia per il sostegno alla modernizzazione del sistema di distribuzione e vendita della stampa quotidiana e periodica della zona di distribuzione Lecco-Como.

Un progetto di filiera che nonostante, per una questione di punteggi, non sia stato finanziato, è tuttavia stato approvato, in un lavoro di salvaguardia del riconoscimento da parte

dell'ente regionale dell'esistenza di una filiera leccese strutturata e che coinvolge le edicole (Snag-Confcommercio), due editori locali (Gruppo Sesaab per i quotidiani e Gruppo Netweek per i periodici) e un distributore locale.

«Siamo impegnati - spiega Michele Preda, presidente del Gruppo Snag-Confcommercio in rappresentanza delle edicole - in un lavoro di salvaguardia della diffusione dell'informa-

zione sul territorio, lo facciamo attraverso iniziative di sensibilizzazione, anche chiamando le amministrazioni locali a sostenere le edicole e a riempire i vuoti che si sono creati in alcune zone con le chiusure di attività. Ad esempio, sarebbe un sostegno aiutare chi volesse aprire un nuovo chiosco evitandogli di pagare l'occupazione di suolo pubblico, oppure istituire dei bonus sulle tasse comunali a chi subentra in un punto vendita evitando così che chiuda. C'è un'importanza sociale delle edicole, che spesso sono anche punto di riferimento ad esempio per anziani che chiedono maggiori informazioni». **M. Del.**