

INCONTRO ALLA MAGNANI ROCCA LA RETE VENDITA DEL GIORNALE



Edicolanti in festa con la Gazzetta

Molossi: «L'informazione su carta sopravviverà nell'epoca di Internet. Sempre più attenti ai temi locali»
Costa: «La Gazzetta Card una grande innovazione per il giornale, i lettori e i punti vendita»

Pierluigi Dallapina

La concorrenza è spietata. La carta stampata, nella quotidiana corsa alla notizia, deve vedersela con mezzi di informazione sempre più rapidi e all'avanguardia, come la televisione, internet, i cellulari, gli smart phone, e come se non bastasse anche l'iPad, che consente di sfogliare le pagine di un quotidiano da uno schermo. «Ciononostante l'informazione su carta continuerà a vivere e le edicole non faranno la fine delle cabine telefoniche», afferma Giuliano Molossi, direttore della Gazzetta di Parma, ai tanti edicolanti ieri sera ritrovati alla Magnani Rocca in occasione del sesto incontro annuale con la rete di vendita, organizzato dalla «Gazzetta» e dalla Fe.Na.Gi/Confeserenti, in collaborazione con l'Agenzia distribuzione giornali Menta.

«La carta stampata resisterà così come ha resistito il teatro all'avvento del cinema - spiega Molossi - il cinema all'avvento della televisione e la tv all'avvento di internet». I giornali, in futuro, non potranno certo contare su una sorta di rendita di posizione o sull'incondizionato attaccamento dei lettori: il pubblico dovrà essere conquistato con un tipo di informazione differente rispetto a quella fulminea garantita da internet. «Dobbiamo innovarci perché non possiamo competere sullo stesso terreno di internet», spiega il direttore, e la strada che dovranno seguire i quotidiani, e la stampa in generale, è quella dell'approfondimento. «Rispetto al blitz israeliano sulle navi dei pacifisti, o alla caduta di Valentino Rossi - assicura Molossi - ci sarà sempre qualcuno che non si accontenterà delle informazioni raccolte su internet. Quei lettori avranno bisogno del giornale».

Anche per la «Gazzetta» vale la stessa regola dell'approfondimento, anche se per lo storico quotidiano locale serve un ingrediente in più per invogliare le persone a spendere un euro in edicola. «Come diceva Balassarre Molossi - continua il direttore - dobbiamo puntare sulla parmi-



gianità. E' necessario sviluppare i temi locali». Una strategia già adottata, come dimostra la presenza dei collaboratori del quotidiano in tutta la provincia. Nella ricerca di nuovi lettori, le edicole si dimostrano un presidio indispensabile, e gli edicolanti quelle «sentinelle» in grado di cogliere per primi gli umori e le impressioni dei lettori. E' per questo motivo che la «Gazzetta», la Fe.Na.Gi e l'Agenzia Menta anche quest'anno hanno premiato cinque titolari di altrettanti punti vendita con un pc portatile, e hanno conferito una targa a due storici edicolanti del territorio. «Agli edicolanti - aggiunge Molossi - chiediamo di aiutarci a diffondere l'uso della Gazzetta card e di ascoltare critiche e suggerimenti dei lettori».

Grande sostenitore della card anche l'amministratore delegato della «Gazzetta», Federico Costa che, al contrario, muove una critica all'aumento delle tariffe postali. «Il costo dell'abbonamento aumenterà - spiega - a causa dell'aumento delle tariffe postali deciso unilateralmente dal governo. Questo significa che il costo di consegna di un abbonamento per tutto l'anno è raddoppiato. Per un giornale una situazione del genere è insostenibile». Per fortuna il costo della card resterà invariato.

Non nasconde gli effetti della crisi Claudio Melloni, presidente provinciale Fe.Na.Gi, «ma in questo contesto, con tutte le sue negatività, abbiamo la fortuna di avere un punto di riferimento: una vera e propria istituzione nel nostro territorio, cioè la Gazzetta di Parma». Al suo fianco il presidente provinciale della Confeserenti, Corrado Testa, il direttore Luca Vedrini, il segretario nazionale Fe.Na.Gi, Giorgio Calabrò, ed il segretario provinciale Fe.Na.Gi Ernesto Monteverdi, mentre un ricordo va ad Ileana Dellapina: «La ricordiamo carica di entusiasmo nell'organizzazione di questo evento», aggiunge Melloni. «Occorre dedicare la massima attenzione sui punti vendita per rafforzare la diffusione dei giornali», aggiunge Giancarlo Menta, dell'omonima Agenzia. ♦

Consegnati targhe e cinque pc portatili



Premiazione Bianca Benecci, edicolante di via Trento.

Giuliana e Bianca innamorate del loro lavoro

«Non faccio ferie perché non abbandono i miei clienti storici», assicura Daniela Gerboni, dell'edicola di piazza Miodini, a Felino, ieri premiata con una targa per i suoi 50 anni di attività.

«Ho iniziato a lavorare in edicola con mia mamma, Giuliana, negli anni '60, mentre dal '75 ho preso in mano l'attività a tempo pieno», ricorda questa edicolante innamorata del proprio lavoro, che si sveglia tutti i giorni alle 4. «Al mattino non vedo l'ora di andare in edicola», dice Daniela.

Stessa passione e stesso attaccamento al lavoro anche da parte di Bianca Benecci, pre-

miata per essere da 45 anni dietro al bancone della sua edicola di via Trento. «Mi alzo tutte le mattine alle 4.15, ma questo non mi pesa, perché con i clienti ho un rapporto speciale», confessa dopo aver ritirato il premio.

L'appuntamento alla Magnani Rocca è servito per premiare con un pc portatile altri cinque edicolanti speciali: Patrizia Chierici (piazze Lubiana), Renzo Poletti (via Pedemontana 45, Vignale di Traversetolo), Francesca Papparusso (piazze Fiume), Ruggero Vanucci (via Valentini, Salsomaggiore) e Roberta Ceci (via Sidoli). ♦