

FENAGI Il Parco Sant'Andrea ha ospitato la settima edizione della Festa degli Edicolanti

Per combattere la crisi ci vuole innovazione e fiducia



Per il settimo anno consecutivo gli edicolanti della nostra provincia, l'agenzia di distribuzione Menta e la Gazzetta di Parma si sono incontrati per fare il punto della situazione del mercato dell'editoria che oggi sta forse vivendo uno dei suoi periodi più difficili. Un incontro come sempre improntato sulla franchezza e su intenti costruttivi nel momento ufficiale degli interventi, sulla cordialità nella seconda parte della serata, nel corso della cena. Anche quest'anno l'organizzazione dell'incontro

annuale della rete di vendita è stata resa possibile grazie alla Fenagi di Parma, soprattutto nelle persone del responsabile Confesercenti **Ernesto Monteverdi** e del presidente **Claudio Melloni**, all'agenzia di distribuzione Menta, alla Gazzetta di Parma col prezioso contributo del Dottor. **Afro Orlandini** e alla collaborazione della ditta Asteco e anche quest'anno è stata un'organizzazione perfetta a partire dalla location.

Lo stupendo scenario del ristorante Parco Sant'Andrea di Rivarolo di Torriole ha fatto da preziosa cornice alla manifestazione coronata con l'eleganza del buffet d'accoglienza e la bontà dei piatti che hanno celebrato la cena. La parte ufficiale della serata ha visto il susseguirsi degli interventi, preceduti dalla relazione del presidente di Fenagi Confesercenti Parma **Claudio Melloni**, della quale riportiamo il testo integrale della prima parte. Un intervento che ha ricordato come il momento critico dell'editoria "tradizionale", stia influenzando negativamente tutta la filiera e in modo particolare la rete di vendita, ma che ha anche sottolineato come le pratiche virtuose messe

in campo a Parma e provincia negli scorsi anni, riferendosi in particolare all'informatizzazione di tutta la rete di vendita, oggi siano quell'elemento in più che potrà, in un futuro molto prossimo, favorire "l'evoluzione della specie": da edicola a punto di riferimento per fornire servizi avanzati agli utenti. Con queste prerogative Melloni ha voluto infine trasmettere ai colleghi un messaggio dove impegno, fiducia ed ottimismo sono state le parole chiave.

Con gli stessi auspici anche il direttore della Gazzetta di Parma **Giuliano Molossi** ha chiuso il proprio intervento (vedi box) improntato su un'analisi del momento difficile in cui versa l'editoria in generale ed in particolare per quanto riguarda il suo giornale. A questo riguardo Molossi, anche a fronte di recenti episodi, ha voluto vedere per l'immediato futuro, il classico bicchiere mezzo pieno. Massimo impegno di risorse ed energie sulla Gazzetta e sulle iniziative editoriali ad essa collegate, è stato confermato dall'AD **Federico Costa**. Week end, il dizionario del dialetto, i sentieri della provincia, sono solo alcune delle fortunate e più recenti iniziative citate nel suo intervento, nel quale non ha poi risparmiato critiche alla più recente e "sciagurata" politica dei prezzi e dei servizi - non si consegna più il giornale al sabato - applicata dalle Poste. Importante sarà usufruire del collegamento con il direttore del giornale per suggerimenti, opinioni nonché critiche.





Come sempre circostanziato e “dentro” l’argomento l’intervento del Cav. **Giancarlo Menta**, titolare dell’omonima agenzia di distribuzione, elemento fondamentale per la modernizzazione della rete distributiva della nostra provincia, di gran lunga la più all’avanguardia in Italia. Menta ha voluto ricordare come la crisi mondiale da un lato e lo sviluppo tecnologico-informatico dall’altro, abbiano creato scompensi nel campo dell’editoria che stanno penalizzando gli editori, gli stessi lavoratori del settore, nonché la rete distributiva. “Per primi – ha affermato Menta - abbiamo intuito l’importanza dell’informatica applicata alla rete di vendita, tanto che Parma è la prima provincia ad avere messo in collegamento costante tra di loro le rivendite, la distribuzione e il giornale: la Gazzetta di Parma. Dobbiamo fare in modo di sfruttare questa opportunità, immettendo nuovi spazi e nuovi servizi nei punti vendita. Occorre trasformare l’edicola in un “punto culturale”, in grado di fornire al cliente un’informazione complessa, abbinata a servizi innovativi. Questo abbiamo prima proposto e, grazie alla collaborazione e la lungimiranza della Fenagi di Parma, in tempi brevi realizzato. Il successo della Gazzetta Card è solo l’ultimo esempio di una serie di iniziative in questo senso. Ho saputo che, nonostante la tecnologia e l’informatizzazione, qualche edicolante è tornato all’antico e sta consegnando il giornale a domicilio. Ciò significa che, al di là dei problemi del momento, da parte dei rivenditori c’è intraprendenza e volontà di superare la crisi”.

Molto interessante, anche perché ha risposto “in diretta” ai quesiti che Melloni aveva posto nella sua relazione, l’intervento dell’assessore al Commercio del Comune di Parma, **Paolo Zoni**. Le richieste formulate dalla Fenagi di Parma al Comune erano in merito all’ampliamento delle dimensioni

PRESIDENTE PROVINCIALE FENAGI

Claudio Melloni: da edicola a “punto servizi”

Cari amici e colleghi,

è questo il settimo incontro con la rete di vendita, organizzato assieme alla Gazzetta di Parma e alla Agenzia di Distribuzione Menta. Come è ormai tradizione approfittiamo dell’occasione per fare brevemente il punto sulla situazione dell’editoria e della rete di vendita di Parma. Ringraziamo tutti coloro che hanno accettato l’invito e sono qui con noi, in questo accogliente ristorante, luogo di ristoro, che ci riserva un ottimo menu. Purtroppo anche questa volta apro il nostro incontro, sottolineando la crisi del settore editoriale.

Calo delle vendite, diminuzione delle entrate pubblicitarie del 5% rispetto ai dati del 2010, per la carta stampata, mentre aumentano significativamente le entrate pubblicitarie nei siti internet, sono questi gli elementi ancora rilevanti di questa sommaria analisi, anche se si intravedono timidi segnali di ripresa, che però non inducono ad un eccessivo ottimismo.

Rispetto all’andamento nazionale, la situazione a Parma e nella provincia è lievemente migliore, ma occorre essere realistici e soprattutto approntare gli strumenti sia per adeguarci alle richieste dei nostri clienti tradizionali, sia per soddisfare le esigenze dei più giovani, che sono mossi da motivazioni e modalità diverse verso il mondo dell’informazione, con lo scopo di avvicinarli ai nostri punti vendita. Le giovani generazioni sono ormai padrone delle conoscenze informatiche e tecnologiche, che vengono usate nella quotidiana attività lavorativa, così come nella stessa attività scolastica. Questo nuovo e diverso approccio al mondo dell’informazione e della cultura (senza dimenticare la televisione) ci aveva già reso attenti quattro anni fa, quando siamo partiti, in mezzo a tanto scetticismo, con la GAZZETTA CARD, per arrivare nel settembre scorso alla MINI CARD. Lo sforzo di ammodernamento tecnologico dei punti vendita, oltre ad essere un fatto di per sé positivo, ha permesso, lavorando in stretta collaborazione con la Gazzetta di Parma e l’Agenzia di Distribuzione, di poter offrire un servizio più qualificato all’utente, favorendo così le iniziative della Gazzetta che ha fortemente investito per presentare una sua migliore immagine, riuscendo in modo intelligente a far assorbire l’adeguamento del prezzo del quotidiano. Oggi l’investimento tecnologico della nostra rete ha permesso la realizzazione di un ulteriore accordo con il SOLE – 24 ORE, attraverso una specifica CARD. Noi rivenditori non combattiamo il progresso tecnologico, non siamo come Donchisciotte contro i mulini a vento, ma vogliamo sfruttare tutte le nuove opportunità e volgerle a nostro favore adeguando e migliorando la nostra professionalità, anche con le necessarie conoscenze informatiche, così come sta avvenendo in tutte le altre attività, sia nel lavoro dipendente, che in quello autonomo e imprenditoriale. Tutto il mondo cambia e progredisce! Noi abbiamo già intrapreso questa strada e continueremo a percorrerla, in sintonia con il mondo editoriale e con la distribuzione. Con quale obiettivo immediato, vista la crisi non ancora superata?

Con l’obiettivo di portare nel punto vendita tutto quello che viene venduto per posta: quindi gestione degli abbonamenti; offerta al cliente di una ampia gamma di servizi informatici, e aggiungendo a questo anche la possibilità di gestire giochi, quali il gratta e vinci e scommesse, oltre a fornire servizi personalizzati al cliente. Ma la crisi dura ormai da troppo tempo e molti colleghi oggi non sono qui perché, dicono, c’è poco da festeggiare. Ma quello che più spaventa è la rassegnazione. Non possiamo e non dobbiamo scoraggiarci, perché abbiamo le capacità intellettuali e morali per superare questi momenti difficili e con il nostro impegno garantire un futuro migliore alle nostre attività e alle nostre famiglie. Anche allo scopo di migliorare le condizioni oggettive nelle quali si svolge effettivamente il lavoro, abbiamo monitorato attentamente lo sviluppo della rete di vendita, soprattutto nella nostra città. Ne risulta che il punto dolente dell’attuale rete sono le limitate dimensioni dei punti vendita, che non ci permettono di operare per offrire una sempre più variegata offerta editoriale e per venire incontro, alle stesse richieste dei consumatori, che cercano sempre più nelle nostre strutture un punto multi-offerta, in grado di soddisfare nuovi interessi.

Abbiamo, in questo contesto, chiesto al Comune di Parma di modificare la norma che regola le dimensioni e la tipologia dei nostri manufatti su suolo pubblico. Se avremo una risposta favorevole possiamo dire di aver fatto un piccolo passo nella direzione giusta; ma ciò non può essere sufficiente. La nostra Associazione intende inoltre seguire con molta attenzione l’applicazione della Direttiva Europea, la Bolkenstein, a Parma e nei comuni della Provincia, per garantire la continuità del “posto”, intendo il posto fisico, cioè la concessione del permesso di occupazione del suolo pubblico, che la Direttiva europea vuole regolamentare in maniera diversa. Ed ora uno sguardo, sulla situazione generale, per un opportuno aggiornamento.

Abbiamo di fronte due passaggi importanti. La modifica della Legge sull’editoria e l’aggiornamento dell’Accordo Economico (...) Ho cercato di focalizzare in un sintetico quadro la portata delle nostre difficoltà, ma anche le interessanti aspettative future, che non dobbiamo lasciare cadere. Se l’intera filiera sarà concorde, come, condividendo iniziative e obiettivi comuni, mi auguro di poter guardare al futuro con maggiore tranquillità e fiducia.



RICONOSCIMENTI

I cinque premiati

Sartori Norma

Via Provinciale di Albareto

Invernizzi Roberto

Via Parmigianino Parma

Galimberti Tiziano

Piazzale San Giacomo Parma

Paini Roberto

Largo Luchino Visconti Parma

Meletti Cinzia

Piazza Garibaldi Zibello

e alla tipologia dei punti vendita, anche in funzione dei nuovi servizi previsti, proprio dal "piano edicole" messo in campo dal Comune. Zoni ha specificato che per rego-



L'OPINIONE

GIULIANO MOLOSSI

Il giornale fa opinione

"Non v'è dubbio - ha affermato il Direttore della Gazzetta di Parma - che il momento è particolarmente difficile per tutti, ma non nego che, anche a riscontro di alcuni recentissimi avvenimenti, mi sentivo più pessimista qualche tempo fa. Voglio tuttavia porre all'attenzione alcuni episodi che giudichiamo negativi. Il Presidente degli Stati Uniti ha annunciato il ritiro graduale delle truppe dall'Afghanistan attraverso facebook e non come avrebbero fatto prima i suoi predecessori attraverso l'intervista al maggior quotidiano americano. Ancora, sia il terremoto e lo tsunami del Giappone, che l'arresto di Dominique Strauss-Kahn hanno fatto il giro del mondo in tempo reale attraverso la rete. I giornali sono arrivati molto dopo, in ritardo anche di 24 ore. La filiera dell'informazione si è dunque molto allungata, per cui è chiaro che il giornale va assumendo sempre più la funzione di strumento non più per dare la notizia, ma per l'approfondimento, il commento, l'opinione.

Ma due recentissimi episodi mi hanno ridato la fiducia. Quando si è verificata l'alluvione tra Sala Baganza e Talignano, era tardo pomeriggio per cui le televisioni e i siti hanno avuto tutto il tempo di documentarne i disastrosi effetti, con immagini e filmati. Ciononostante il giorno seguente in varie edicole della zona, la Gazzetta è andata esaurita già al mattino presto,

per cui abbiamo dovuto fare diversi rifornimenti successivi. Altro segnale positivo è arrivato in occasione dei recenti arreresti per mazzette in Comune. In questo caso i giornali sono usciti esattamente 24 ore dopo i fatti e dopo che radio, televisioni e siti avevano, con abbondanza di particolari, dato la notizia. Ma anche in questo caso c'è stata una vera e propria corsa al giornale.

Cosa significa questo? Che la gente sente ancora il bisogno di sfogliare il giornale per sentirsi informato in modo esaustivo, significa che la Gazzetta e la sua linea editoriale sono ancora ritenute importanti, io dico determinante anche per l'elezione di un Sindaco o per la conclusione di questa brutta vicenda delle mazzette. Oggi la Gazzetta detiene saldamente il 71% del mercato dei quotidiani in provincia, una quota tra le più alte d'Italia. Confermo le preoccupazioni espresse da Melloni, ma restiamo fiduciosi per il nostro e vostro futuro. La fiducia che anche dovete dimostrare voi. Ora avete la possibilità di essere continuamente collegati con la Gazzetta: fateci sapere le opinioni dei lettori, perché in questo modo potremo migliorare il nostro prodotto e migliorare la Gazzetta è interesse sia nostro che vostro".



lamento la questione delle dimensioni dovrà essere portata alla discussione e susseguente decisione del Consiglio Comunale, mentre per quanto riguarda la forma sarà la Giunta a decidere in tempi brevi, confermando la forma ottagonale, anche se non regolare, in modo da allargare gli spazi a disposizione. La serie degli interventi si è chiusa con l'assessore provinciale **Francesco Castria** e il delegato

di Asteco **Fabrizio Fratale**. La serata è piacevolmente quindi proseguita a tavola grazie allo splendido scenario e all'ottima cucina del Parco Sant'Andrea. Tra i presenti da segnalare il presidente di Confesercenti Parma **Corrado Testa** e il suo direttore **Luca Vedrini**, il presidente nazionale di Fenagi **Giovanni Lorenzetti**, e il direttore nazionale **Giorgio Calabrò**.

PARCO SANT'ANDREA

FRANCO MARIA FIORE

Eventi su misura

Un parco stupendo, ideale, tra la primavera e l'autunno, per qualsiasi tipo di evento, un grande salone interno ricavato dall'antico fienile e strutturato per ogni evenienza, una ristorazione in grado di soddisfare ogni esigenza, per ogni cerimonia o banchetto. Questa è solo la parte "visibile" di quanto è in grado di offrire il Parco Sant'Andrea di Rivarolo di Torrile, la parte che si può solo verificare andandolo a visitare di persona, è la cortesia e la professionalità del personale e la straordinaria dattilità dello chef e titolare

del complesso, **Franco Maria Fiore**, capace di capire le esigenze del cliente e di personalizzare l'evento, sino a renderlo unico, su misura, quasi fosse cucito addosso, come un abito di alta sartoria. "Il nostro impegno - ci dice Fiore - non si rivolge solo a proporre un menu, ma curiamo nei particolari gli spazi, le luci, le ambientazioni per ogni singolo evento, in modo che un giorno che può essere davvero il più importante della propria vita, diventi indimenticabile. Per questo mi fa piacere ricordare che abbiamo festeggiato la Cresima o la Prima Comunione dei figli di coloro che avevano scelto il Parco Sant'Andrea per il loro matrimonio".

Ci può dire cosa ha preparato per questa occasione? "Come sempre ho seguito la stagionalità e la tradizione. A parte un ricco buffet con ogni tipo di stuzzichino, abbiamo preparato un misto



di salumi del territorio e un tortino di verdure come antipasto. Una coppia di primi: crepe al ripieno di ricotta e risotto alla Giuseppe Verdi (asparagi, culatello e champignon), sorbetto alla frutta, quindi filetto di maiale con patate arrosto, per finire con una torta chantilly con le fragole".