

L'edicola apre alla comunità

La crisi del mercato dell'editoria sta portando tante realtà a ripensarsi, ma sono numerosi anche i casi di spazi ormai abbandonati che prendono nuova vita grazie al Terzo Settore

di Paolo Riva

21 maggio 2021



Quotidiani e riviste. Ma anche piccole commissioni, documenti e servizi. Le **edicole** del futuro potrebbero occuparsi sia dei primi sia dei secondi. Questi spazi, infatti, hanno da sempre un **grande potenziale sociale e la crisi che stanno attraversando potrebbe farlo riemergere. Ed evolvere.** A farlo pensare sono le tante esperienze che, negli ultimi anni e in diverse parti d'Italia, hanno proposto **azioni di welfare e prossimità** in questi luoghi. Sono progetti del terzo settore, iniziative imprenditoriali e sperimentazioni istituzionali che potrebbero **aiutare un comparto che faticava molto già prima della pandemia.**

“La crisi del mercato è iniziata intorno al 2008, con una caduta di reddito verticale e la chiusura di molti punti vendita”, spiega **Ermanno Anselmi**, coordinatore nazionale di **FENAGI**, il sindacato dei giornalisti di Confesercenti. **Negli ultimi quindici anni, hanno chiuso più di 11mila edicole su 37mila. I chioschi, in particolare, sono diminuiti del 61 per cento.** Oggi ne restano 7.200 e gli effetti della crisi pandemica non sono ancora finiti. Chi è rimasto aperto, per compensare il drastico calo di vendite dei giornali, cerca alternative. **“Gli edicolanti stanno aggiungendo alla loro offerta prodotti non editoriali o servizi, come la consegna dei pacchi”**, spiega **Andrea Liso**, amministratore delegato di **M-Dis**, società di distribuzione di prodotti editoriali. “Noi, inoltre, - aggiunge - stiamo lavorando a iniziative per **rafforzare il presidio sociale rappresentato dalle edicole**”. Storicamente, le edicole sono un punto di riferimento per il territorio. Gli edicolanti alzano la serranda presto, restano aperti tante ore, hanno un rapporto stretto con i clienti e capita che diano informazioni o facciano piccoli favori. Informalmente, svolgono dei servizi di prossimità, che rischiano di venire meno. E che, invece, alcune esperienze hanno ripensato e rilanciato.



A Genova, per esempio, la cooperativa sociale **Agorà**, ha inaugurato nel 2018 un progetto di **portiere di comunità in un quartiere complesso**. “Volevamo uno spazio in mezzo alla gente, dentro le abitudini delle persone”, ricorda **Paolo Putti**, operatore della cooperativa. La scelta è caduta sul chiosco di un’edicola ormai chiusa e si è rivelata azzeccata. “L’edicola – riflette oggi – è un **luogo molto efficace per creare legami** con chi abita il territorio, come anziani e famiglie”. E infatti la cooperativa ha scelto un’edicola anche per un progetto successivo, quello del **Maggiordomo di quartiere**, promosso da Regione Liguria insieme a Confindustria, Confesercenti e Comune per favorire la conciliazione vita-lavoro. Il maggiordomo svolge piccole attività quotidiane dal ricevimento di pacchi al monitoraggio degli anziani fino all’aiuto per trovare badanti, colf e babysitter. L’edicola rende il servizio visibile e l’accesso immediato. L’esempio ligure non è l’unico. Lo scorso anno, a **Torino**, è stato inaugurato uno **Spaccio di cultura - Portineria di comunità** proprio in un’edicola dismessa mentre, a **Parigi**, dal 2015, c’è **Lulu dans ma rue**, un’impresa sociale che oggi conta dieci chioschi ed è stata una fonte di ispirazione per molte delle esperienze italiane.

"Le edicole possono assumere una dimensione sociale sostanzialmente in due modi. Il primo è più legato agli spazi: i **chioschi in disuso acquistano nuove funzioni** grazie a specifici **progetti di prossimità e welfare**", spiega **Lorenzo Bandera**, del laboratorio Percorsi di secondo welfare. “Nel

secondo invece – prosegue il ricercatore – le **edicole mantengono la loro identità**: continuano a vendere i giornali, ma iniziano anche a offrire **nuovi servizi e prodotti per rilanciarsi**, spesso collaborando col terzo settore”. **Lo spettro delle esperienze di questo tipo è molto ampio**. Si va dalle convenzioni con le amministrazioni comunali per i certificati anagrafici fino alla gestione completa dei **punti vendita da parte di Onlus e cooperative**. In provincia di **Mantova**, lo ha fatto la cooperativa sociale **Virgiliana** mentre, in centro a **Milano**, **Comunità Nuova** ha il suo Social Press Point.

Ci sono poi le collaborazioni tra profit e non profit, come quella che ha da poco avviato il gruppo **MilanoCard** con la rete **Quotidiana**. Secondo l’amministratore delegato **Edoardo Scarpellini**, “le edicole sono piattaforme distributive per beni e servizi”. L’idea di Quotidiana è **rendere i suoi chioschi sostenibili economicamente** vendendo alimentari e gastronomia e di caratterizzarli socialmente con un’offerta di servizi che vanno dalla ricerca di badanti e colf all’assistenza domiciliare di minori, alla psicoterapia. A fornirli sarà il terzo settore che potrà essere coinvolto anche per **offrire occasioni lavorative ai più fragili**. Nel primo chiosco, inaugurato a Milano lo scorso dicembre, oggi lavorano due persone seguite dalla cooperativa **Spazio Aperto** mentre i servizi saranno erogati anche da altre cooperative sociali del territorio. **Un modello che Quotidiana conta di replicare presto**: la società ha già acquisito 15 edicole a Milano, una a Torino e sta lavorando per raggiungere anche Roma e Napoli. “Del resto – conclude Scarpellini – **le edicole hanno sempre offerto risposte alle esigenze del territorio: è nel loro Dna**”.