

## ZOOM - STORIE & PERSONE IN CONTROLUCE



La sede della RG Stampa a Santarcangelo (FOTOSERVIZIO PETRANGELI)

### Per gestire fino a 300mila copie tra quotidiani e periodici impegnati anche 60 "padroncini" Due maxi capannoni per 70 dipendenti

**RIMINI** - (A.L.) RG Stampa nasce dalla fusione delle due agenzie di diffusione e distribuzione di quotidiani e periodici Rossi (nata nel 1963) e Giannini (nata nel 1958) con sede, rispettivamente, a Santarcangelo e a Pesaro. I due artefici dell'operazione che ha mantenuto attive le vecchie sedi (Santarcangelo per la diffusione e distribuzione, Pesaro per l'amministrazione e gestione della resa) sono il riminese Marco Rossi, 49 anni, entrato in RG Stampa insieme al fratello Massimo, e Alfonso Giannini, 64, originario di Misano. In 8mila metri quadrati complessivi di capannoni operano 70 persone alle quali si aggiungono i "padroncini" dei 65 furgoni per il trasporto delle copie nelle edi-

cole e venti collaboratori esterni. Gran parte del lavoro si svolge di notte: in neanche due ore di tempo gli uomini di RG Stampa devono distribuire 150mila copie di 140 testate di quotidiani (e altrettante di 180 titoli periodici per i relativi giorni di uscita). I quotidiani arrivano freschi di stampa nelle due sedi (Santarcangelo per la distribuzione a Rimini, Cesena, Forlì e San Marino, Pesaro per la zona a sud di Rimini) tra le 4 e le 4,30 per essere distribuiti nei punti vendita tra le 5,30 e le 6. A livello marginale RG Stampa si occupa anche della distribuzione di schede telefoniche ricaricabili per cellulari, biglietti Tram e biglietti per parchi giochi.

Nata dalla fusione tra gli storici Rossi e Giannini, la nuova azienda ora si sviluppa da Pesaro a Forlì

# Giornali in crisi, il colosso RG rilancia

*Com'è cambiata la distribuzione, tra nuove tecnologie e il continuo calo di vendite dei quotidiani a pagamento*

di ALESSANDRA LEARDINI

**RIMINI** - Recarsi in edicola o trovare il giornale preferito già sul tavolino del bar, pronto per un'occhiata veloce ai titoli tra una brioche e un cappuccino. Sono gesti che fanno parte ormai delle abitudini quotidiane di ciascuno come bere un caffè prima del lavoro o andare a comprare il pane. Eppure, se ci si ferma un attimo a riflettere, in pochi riescono ad immaginare cosa ci sia dietro queste "piccole" abitudini. Se i quotidiani sono in edicola già nelle prime ore del mattino, 360 giorni l'anno (esclusi ovviamente i giorni dopo le principali festività religiose e nazionali) e se con la formula innovativa del Nuovo Quotidiano di Ri-

rossi per le zone di Rimini e San Marino e parte del Cesenate, e i **Giannini** che controllavano invece il fronte da Riccione a Pesaro. La fusione di due anni fa, che pure ha mantenuto le due sedi storiche, rispettivamente a Santarcangelo e Pesaro, ha consentito di rafforzare l'attività ma anche di estendere ulteriormente il raggio d'azione nel Cesenate e Forlivese. Insomma, un colosso. Ma i problemi non mancano, come spiegano in questa intervista "corale" i cinque "portavoce" dell'azienda: **Alfonso Giannini**, presidente di RG Stampa, con i **figli Andrea**, oggi responsabile della logistica a Pesaro, e **Sara**, responsabile degli uffici amministrativi, insieme a **Marco Rossi**, responsabile della logistica della sede di Santarcangelo e **Angelo Pazzaglia**, direttore di RG Stampa.

**Com'è nata l'idea della fusione?**

"Il settore si sta evolvendo rapidamente. Per resistere ai cambiamenti occorre mettere insieme le forze per razionalizzare i costi ed estendere il raggio di azione. Nel 2009, dopo la fusione, ci siamo allargati a tutta la provincia di Cesena e l'anno successivo abbiamo fatto lo stesso con Forlì. Oggi siamo tra i primi dieci distributori in Italia con 70 dipendenti, 700 punti vendita serviti, 140 testate quotidiane e 180 periodiche distribuite giornalmente".

**Quella di allargarsi geograficamente è stata una mossa strategica, ma fuori dal vostro territorio cosa succede?**

"La tendenza all'ampliamento è generale: negli anni '60 quando iniziammo que-

sto mestiere c'erano 450 distributori in Italia. In Emilia Romagna erano una trentina e mediamente ogni agenzia copriva dalle 30 alle 100 edicole. Oggi i distributori in Italia sono rimasti un centinaio, in regione siamo solo in sei. E' solo un esempio di come i tempi siano cambia-

Il modello di free press del Nuovo Quotidiano? Ricevute pressioni, ma noi vogliamo distribuire informazione, anche in forme nuove, nessuno ci può ostacolare"

ti".

**Com'è cambiato invece in questi decenni il vostro lavoro?**

"Rispetto a una volta c'è stata un'evoluzione positiva nei tempi. In passato la diffusione, che consiste nel fissare il preciso numero di copie di ogni testata ai singoli punti vendita, veniva fatta a mano, così come l'imballaggio dei pacchi da caricare sui furgoni per il trasporto. Og-

gi per l'assegnazione delle copie, diventata totalmente computerizzata, ci serviamo di un software che riporta i dati relativi alle copie fornite e rese di ogni testata per singolo punto vendita in relazione al periodo e alle esigenze di mercato. Ma la dif-

fusione tiene conto anche di molte altre informazioni, tutte memorizzate nel software: la posizione dell'edicola, che diventa strategica in estate se l'edicola è vicina al mare o la domenica e i festivi se in prossimità di una chiesa, ad esempio; le previsioni meteo; l'organizzazione

**La tecnologia aiuta, ma come la mettiamo con i giornali on line?**

"Da cinque-sei anni si assiste ad un calo generalizzato delle vendite dei giornali a pagamento, soprattutto per quanto riguarda i periodici dai 4 euro in su. E sono in crisi anche i collateralmente allegati ai quotidiani: le enciclopedie sono pressoché sparite e i gadget oggi vanno molto meno. Anche la stampa estera subisce un forte calo di vendita, solo per fare un esempio, il quotidiano tedesco Bild solo nella piazza riminese vendeva negli anni '60 12mila copie. Eravamo la prima piazza di vendita in Italia. Oggi ne sono vendute 12.500".

**Negli anni sono cambiati e non poco anche i punti vendita: entrando in un'edicola molto spesso si ha la sensazione di un bazar...**

"Proprio così, e il cambiamento non è stato positivo



Da sx Andrea Giannini, Marco Rossi, Sara Giannini, Alfonso Giannini e Angelo Pazzaglia

per i giornali. Nonostante le testate dagli anni '60 ad oggi siano quintuplicate (dalle 300 degli anni '70 alle 10mila di oggi), i giornali non sono valorizzati oppure vengono utilizzati come traino per vendere altro, dalle creme ai giocattoli. Inoltre le edicole non si sono rinnovate granché: appena 135 su 700 hanno scelto di collegarsi al software di gestione dell'edicola".

**Con il Nuovo Quotidiano di Rimini state sperimentando però nuovi canali di distribuzione, dai supermercati alla consegna a mano nei punti nevralgici della provincia. Una sfida, quella del free press, anche per voi.**

"Proprio così. Abbiamo ricevuto più pressioni anche noi da parte di chi non vedeva di buon occhio la novità

del quotidiano gratuito ma alla fine il nostro servizio è pubblico, anche se gestito da privati. Lavoriamo per tutelare il diritto di informazione: tutte le mattine dobbiamo fare uscire ogni testata, a pagamento o gratuita. Nessuno ci può ostacolare".

**Neanche un disagio tecnico? Mai successo qualche inghippo?**

"Mai. Anche adesso che è tutto computerizzato, siamo attrezzati per lavorare con dei generatori in assenza di corrente elettrica. Quando ci fu quel blackout in tutta Italia, nel 2003, anche nella nostra zona si verificarono più problemi. Dei giornali scrissero che in alcuni negozi non era arrivato neppure il pane. I quotidiani però uscirono ugualmente, peccato che questa buona notizia nessuno la scrisse".

# 6

i distributori rimasti in tutta la regione Emilia-Romagna

mini vengono pure offerti gratuitamente attraverso altri canali di distribuzione, dai supermercati agli "strilloncini" in strada, c'è una squadra che lavora giorno dopo giorno e notte dopo notte, per rendere possibile tutto questo. I garanti del diritto di cronaca tra le province di Rimini, Forlì-Cesena e Pesaro e la Repubblica di San Marino, fanno capo ad un'unica azienda, **RG Stampa**, nata dalla fusione delle due agenzie distributrici che fino al 2009 si spartivano, con le relative famiglie al vertice, questo enorme territorio: i

# 12

mila le copie della Bild che si vendevano negli anni '60: oggi 1500

gi per l'assegnazione delle copie, diventata totalmente computerizzata, ci serviamo di un software che riporta i dati relativi alle copie fornite e rese di ogni testata per singolo punto vendita in relazione al periodo e alle esigenze di mercato. Ma la dif-