

Piazza Grande (Bologna)
Intervista al direttore, Leonardo Tancredi

Chi lo vende

Sul sito si dice che i venditori dapprima erano italiani, poi provenienti dalla ex Jugoslavia, poi magrebini, dal 2005 rumeni, e oggi? Quali sono i rapporti tra loro?

Il gruppo è composto da circa 50 persone di nazionalità diverse, uomini e donne, spesso coppie o nuclei familiari. La maggior parte proviene dalla Romania, poi ci sono due italiani una persona del Bangladesh, tre dell'ex Jugoslavia e due del Marocco. Tra loro non ci sono problemi, c'è qualche screzio, ma di poco conto.

Quale tipo di emarginazione prevale tra i diffusori della rivista (povertà, emigrazione, dipendenze, disabilità, precariato...)

Ci sono molte persone che vengono da situazioni di povertà dai loro paesi. Ad esempio chi arriva dalle zone rurali della Romania viene qui con l'idea di mettere dei soldi da parte per poter investire successivamente nel proprio paese.

A proposito della mendicizia, lei dice nel sito che è tollerata a patto che non sia invadente.

Noi non tolleriamo la mendicizia. Pensiamo sia una pratica poco dignitosa. Poi se una persona decide o è costretta a farlo per necessità, per sé e la sua famiglia, per la sopravvivenza sua e dei suoi cari, lo facciamo pure, io non la condanno. La responsabilità è sua. E' un atteggiamento sbagliato ma non condannabile. Alle persone che vengono a "Piazza Grande" nel momento in cui indossano la nostra casacca, il nostro vestito di riconoscimento, vietiamo che facciano l'elemosina. E' una pratica che contrastiamo. Il loro comportamento viene perseguito, vengono ripresi, fino ad essere sospesi dall'attività di diffusione del giornale. Vendere il giornale è un'alternativa che agisce positivamente sulla loro attività e sulla loro autonomia economica, è quindi necessario l'abbandono della mendicizia. Noi forniamo delle casacche con il logo, un numero progressivo che identifica e un tesserino con il nome e cognome (controllato).

Il contratto stipulato coi venditori è uniforme o varia a seconda delle situazioni?

No, purtroppo non abbiamo forme di contratto. Ogni persona che vende nel momento in cui si rivolge a noi, dopo un colloquio con uno di noi entra nel gruppo dei diffusori, riceve un certo numero di copie gratuite (10-15), quindi poi va in strada le propone al pubblico chiedendo una offerta libera in cambio e quello che riesce a guadagnare è suo, a questo punto può decidere se continuare con noi e viene ad acquistare le copie ad 1 euro. Poi torna in strada e le rivende a offerta libera e il suo guadagno è quello che ottiene in più rispetto all'euro pagato.

Si può quantificare il numero di copie vendute e il guadagno dei venditori?

E' difficile quantificare, però stimiamo un guadagno di 1-2 euro per copia. Credo che un venditore guadagni circa 300 euro al mese, ma se vende tante copie può arrivare anche al doppio.

Il progetto

In questi suoi vent'anni di vita, sono cambiate le condizioni sociali ed economiche. Il progetto ha visto modificate le sue finalità? Quali erano quelle iniziali? E i contenuti, sono cambiati?

Il progetto non è cambiato. Sono cambiate altre cose. Le finalità sono le stesse, sono due: dare l'opportunità di reddito a chi vende il giornale e parlare alla città di temi sociali con un approccio che probabilmente gli altri media non hanno. E' cambiata la tipologia di comunicazione, nel senso che quando il giornale è nato, veniva scritto direttamente dalle persone che lo diffondevano: era più esplicitamente un auto-esporsi e parlavano di loro stessi in prima persona. Gli articoli rappresentavano quasi esclusivamente il loro punto di vista. Ora il giornale è uno strumento di informazione, le persone senza fissa dimora che lo diffondono hanno un loro spazio, ma il giornale è redatto soprattutto da giovani giornalisti.

Il numero delle vendite è rimasto costante? Il calo delle vendite dei giornali ha influito?

All'inizio il giornale era molto venduto, si vendevano circa 10000 copie ogni numero, progressivamente ma gradualmente si è abbassato il numero delle vendite e ora invece vendiamo circa 2000 copie per numero. Tra le 20 mila e le 22 mila copie all'anno

Nel sito si parla di un " percorso di reinserimento" a proposito dei venditori. Può essere più preciso?

Il percorso di inserimento è quello di dare un'opportunità di inserirsi nel tessuto sociale cittadino: per esempio poter pagare l'affitto e quindi cominciare ad avere una vita di relazioni sociali normali come mandare i figli a scuola, cose che si sarebbero potute fare con molta più difficoltà senza questa attività. Ci sono persone, poche, che hanno lasciato la vendita in strada e sono entrati nel mondo del lavoro con un vero contratto, qualcuno anche all'interno della nostra cooperativa. Parliamo di numeri molto piccoli. Ma qualcuno c'è l'ha fatta. Altre volte funziona anche la relazione che queste persone creano in strada. Ma ci sono stati tanti problemi, tanti conflitti con i cittadini.

Ci sono particolari rapporti con i quartieri, i consigli di zona o le istituzioni sul territorio?

Con il comune di Bologna c'è un rapporto da sempre, ma rispetto al giornale nessun finanziamento. Il Comune ha un rapporto di interesse e di conflittualità. Non ci siamo mai risparmiati quando c'erano da fare delle critiche. Nello stesso tempo abbiamo avuto anche apprezzamento. "Piazza Grande" fa anche altro rispetto al giornale. La cooperativa svolge anche molte altre attività oltre quella del giornale. Partecipa a bandi rivolti a cooperative sociali. Abbiamo progetti molto importanti di housing, gestiamo degli appartamenti, anche delle strutture di accoglienza, abbiamo progetti per i richiedenti asilo, coi quali io lavoro.

Quali rapporti ci sono con i giornali cittadini e le altre forme di informazione locale?

A volte le nostre notizie vengono riprese. "Piazza Grande" è ancora vista con un po' di interesse dalla stampa locale; non sempre, però ciò di cui parliamo a volte viene ripreso. Spesso perché sono notizie di cui gli altri giornali non parlano.

Chi lo compra

Si può individuare un tipo particolare di passanti, che acquista la rivista? Oggi diverso da ieri?

Difficile da dire, perché non abbiamo mai fatto una vera ricerca su chi compra il giornale. Abbiamo ragione di credere che il giornale finisca nella mani di tutti, essendo venduto in strada, ma "Piazza Grande" ha più successo nei contesti in cui c'è un'attenzione diffusa ai temi sociali, dove c'è un maggiore orientamento alla solidarietà verso i migranti e i marginali. Il periodico è abbastanza intergenerazionale,

forse i giovani e i giovanissimi ci seguono meno. Ma si sa che i giovani leggono meno in generale. Su questo ci siamo anche impegnati negli ultimi anni a trovare un canale con gli universitari e direi, mi pare, che ci siamo abbastanza riusciti: ora mi sembra ci sia una maggiore attenzione. Il lavoro degli ultimi anni ha allargato il campo di osservazione e di indagine del giornale e questo penso abbia dato dei frutti. Trattando più ampiamente i temi della marginalità e dei senza fissa dimora penso ci abbia fatto guadagnare dei lettori.

Si può parlare di fidelizzazione, in un certo senso di una "clientela" affezionata al prodotto?

Si certamente.

L'atteggiamento dei passanti di fronte all'offerta della rivista ha registrato particolari resistenze, rifiuti, insofferenza o piuttosto interesse, comportamenti solidali?

Sicuramente c'è anche il rifiuto. In strada c'è di tutto. In strada c'è chiunque. Sappiamo benissimo che non è un momento facile per chi è portatore di marginalità, e per i migranti in generale. Non si può fare adesso un discorso sociologico sulle tensioni che ci sono anche a causa delle difficoltà che le persone vivono. L'attenzione c'è, non è aiutata dal fatto che a volte i nostri diffusori non si comportano in modo adeguato, non entrano in un rapporto che noi vorremmo che avessero. Sono un po' più aggressivi, sono troppo insistenti e quindi non nascondiamo che questi problemi ci sono e quindi i conflitti avvengono. Devo dire che nella maggior parte dei casi in cui ho dovuto affrontare situazioni di questo tipo, andando a parlare direttamente con le persone che esprimevano questa sofferenza, alla fine riscontravo che era più dovuta proprio al malessere cioè all'insofferenza di cittadini verso la migrazione, verso la marginalità che a un reale problema specifico di quella persona.

Chi lo sostiene

Qual è il tipo di volontari che si occupa della rivista? Attualmente si tratta di professionisti dell'informazione o altri? Ci sono venditori nella redazione? C'è un loro coinvolgimento nelle scelte editoriali?

I volontari nella redazione sono una ventina di persone fluttuanti, in gran parte giovani di 20-30 anni. Sono giovani aspiranti giornalisti, c'è proprio chi inizia con noi. "Piazza Grande" è anche diventata una palestra per interventi sociali. Poi ci sono i collaboratori, ai quali chiediamo un contributo, un testo ogni mese e sono giornalisti professionisti o scrittori o operatori della cultura e della conoscenza in senso lato, anche di un certo livello...

Come si concretizzano i rapporti con associazioni locali, promotrici. Ci sono finanziamenti a sostegno delle vostre iniziative?

Abbiamo scrittori di base, aziende singole. Poca cosa però ci sono. Per l'autofinanziamento importante è l'attività di laboratorio sociale che proviamo a fare ogni anno, che ha un costo di iscrizione. Sono circa 10 incontri con esperti della comunicazione su temi vicini ai nostri e per i partecipanti sono occasione di incontro con chi ha esperienze professionali importanti da presentare. I nomi sono sempre abbastanza di rilievo: giornalisti, scrittori e poi i partecipanti ai laboratori possono frequentare la redazione, cioè possono cominciare a fare volontariato, frequentare il giornale, vedere come si fa. A volte abbiamo fatto lavori specifici, rivolto a loro delle richieste. Una parte di questi incontri consiste in una relazione frontale ed un'altra parte è operativa. A questi incontri-laboratori partecipano sempre una media di 25/30 persone.

La strada

Ci sono particolari luoghi di vendita nella città? Nel tempo sono cambiati (es. ipermercati, multisala, luoghi di culto, librerie, università...)? Sono aumentati?

Sicuramente i centri commerciali, i supermercati; poi la strada, cioè i luoghi di attraversamento della città o i semafori, agli incroci. Luoghi di culto no, raramente; invece luoghi di intrattenimento, cinema, teatro. Dei posti dove abbiamo un buon pubblico sono sicuramente i mercati alimentari. A Bologna ce ne sono 4-5: sono occasioni importanti di socialità. I mercati merceologici dei produttori della zona, dei contadini sono connessi anche ai temi etici e in questi contesti il giornale trova uno spazio. In queste situazioni abbiamo un'ottima relazione.

A suo avviso, si può parlare ancora di strada come luogo simbolico dell'incontro?

Sì, sicuramente sì. Nella strada si creano relazioni, possono essere a volta negative però si incontra la città. Noi stiamo facendo molti ragionamenti sul web; è una parte che sicuramente dovremo sviluppare, però mantenendo sempre un piede sulla strada che è un osservatorio ed è un luogo di confronto.

E si può parlare (ancora) di Bologna (o di Reggio Emilia) come città inclusiva?

A Reggio non ci siamo più. Dallo scorso settembre sono cessate le uscite. Da poco tempo. E' una domanda un po' complicata. Penso di sì, perché tutto sommato Bologna è ancora una città inclusiva. Una città attenta, una città attenta a certi temi, a certa gente a certi episodi. Non è un'isola fuori dal mondo, quindi le tensioni, le crisi, i grandi eventi planetari, le migrazioni che vengono dall'Africa o da altri paesi sono realtà molto evidenti anche a Bologna. Cioè sto dicendo che ovviamente tutti i macro fenomeni hanno un impatto anche in questa città, poi ovviamente si può reagire in modo meno ostile che in altre parti d'Italia o dell'Europa, questo per il carattere che ha questa città, forse per la forte presenza di studenti, però non è una città immune da tutto quello che succede nel mondo.