

Firenze, 12 febbraio 2026

Prot.94-26 | FAG AI

Ai Rivenditori di Giornali di Firenze
Loro sedi

EDICOLE FIORENTINE: DIECI ANNI DI PROMESSE VUOTE E ILLUSIONI

Oggetto: *Analisi critica sulle politiche comunali per le edicole fiorentine sull'articolo pubblicato su QN "La Nazione" dell'11 febbraio 2026.*

Il Comune di Firenze continua a presentare come novità misure già introdotte nel 2017. Nel frattempo, le edicole chiudono mentre confederazioni e sindacati tradiscono la categoria.

Mentre l'amministrazione comunale di Firenze annuncia con enfasi il "rinnovo" dell'abbattimento del 70% del canone per il suolo pubblico delle edicole, la realtà è ben diversa: questa misura fu introdotta già nel 2017 durante il primo mandato del sindaco Dario Nardella con la Collaborazione dell'allora assessore al commercio Cecilia Del Re Dieci anni dopo, le edicole continuano a chiudere e le presunte "opportunità" offerte dal Comune si rivelano illusioni inutilizzabili. Un'analisi critica di una politica che preferisce l'apparenza alla sostanza.

Il riciclo di vecchie promesse

Nel febbraio 2026, il Comune di Firenze ha annunciato con toni trionfalistici il "rinnovo" dell'abbattimento del 70% del canone per il suolo pubblico delle edicole per il biennio 2026-2027. La misura viene presentata come una grande conquista per il settore, un sostegno concreto alle attività in difficoltà.

Ma la verità è un'altra: questa stessa riduzione fu introdotta già nel 2017, durante il primo mandato del sindaco Dario Nardella e dell'assessore al commercio Cecilia Del Re. Il cosiddetto "pacchetto anti-crisi"

pag. 1

prevedeva una riduzione progressiva: 30% nel 2018, 70% nel 2019, fino all'esenzione totale nel 2020. Dunque, quella che oggi viene spacciata per una novità è semplicemente la conferma di una politica decennale.

Si tratta di un classico meccanismo di comunicazione politica: trasformare il mantenimento dello status quo in un presunto beneficio straordinario. L'amministrazione comunale genera titoli sui giornali, si presenta come attenta alle esigenze del settore, ma in realtà non fa nulla di nuovo.

La trappola del 70% di prodotti editoriali

Ancora più grave è l'imposizione normativa che richiede alle edicole di dedicare almeno il 70% della superficie espositiva a prodotti editoriali. Una regola che, sulla carta, dovrebbe tutelare la funzione culturale delle edicole come presidi di informazione e pluralismo. Nella realtà, è una condanna a morte economica.

Il mercato editoriale sta attraversando una crisi strutturale senza precedenti. Le vendite di giornali e riviste sono crollate, la distribuzione è ridotta all'osso. Molte testate che arrivano alle edicole sono obsolete, riciclate, prive di interesse per il pubblico. Gli edicolanti si ritrovano costretti a riempire il 70% del loro spazio con prodotti che non si vendono, mentre vengono sanzionati se cercano di diversificare con articoli più remunerativi.

È un paradosso assurdo: il Comune dice di voler sostenere le edicole, ma le vincola a un modello di business ormai fallimentare. Chi non rispetta il vincolo del 70% rischia sanzioni da 500 euro, sospensione dell'attività per 20 giorni e, in caso di recidiva, la decadenza della concessione di suolo pubblico.

Le 25 violazioni già accertate dai controlli comunali non sono altro che tentativi disperati di sopravvivere economicamente. Invece di comprendere e affrontare questa realtà, l'amministrazione risponde con sanzioni e minacce.

Le "opportunità" illusorie

La vendita di pacchetti turistici: una beffa

Tra le presunte "opportunità" offerte dal Comune c'è la possibilità per le edicole di vendere pacchetti turistici. Una proposta che, a un'analisi anche superficiale, si rivela assolutamente irrealizzabile.

Firenze è una delle capitali del turismo mondiale, con centinaia di agenzie specializzate, personale multilingue, sistemi di prenotazione professionali, reti consolidate con tour operator, hotel e trasporti. Come può un edicolante, da un chiosco di 6-8 metri quadrati, competere con questa realtà? La vendita

di pacchetti turistici richiede licenze specifiche, assicurazioni professionali, competenze tecniche, investimenti in formazione.

Il risultato prevedibile è zero: nessun edicolante venderà mai un pacchetto turistico. Ma il Comune può dire di aver "dato strumenti" al settore, scaricando così la responsabilità del fallimento sugli stessi edicolanti.

Punto ritiro pacchi e brandizzazione: margini ridicoli

Altre "opportunità" includono la possibilità di fare da punto ritiro per pacchi acquistati online e la brandizzazione temporanea delle edicole durante eventi.

Il servizio di ritiro pacchi, già saturo tra tabacchi, altre edicole e locker automatici, offre margini ridicoli: pochi centesimi a pacco. Inoltre richiede spazio per lo stoccaggio e comporta responsabilità in caso di smarrimento.

La brandizzazione temporanea, consentita per massimo 21 giorni all'anno e soggetta ad autorizzazione della Sovrintendenza per le edicole in area UNESCO, è un'altra misura di facciata. Chi pagherebbe per brandizzare un'edicola? Quale ritorno economico potrebbe mai generare?

Il tradimento di confederazioni e sindacati

In questo quadro desolante, un ruolo particolarmente grave lo hanno giocato le confederazioni del commercio e alcuni sindacati degli edicolanti. Queste organizzazioni, che avrebbero dovuto difendere gli interessi della categoria, si sono invece rese complici di un sistema di illusioni e promesse vuote.

Invece di smascherare pubblicamente l'inconsistenza delle misure comunali, hanno firmato le delibere. Invece di pretendere sostegni economici concreti, hanno partecipato a "tavoli di lavoro" e "incontri costruttivi". Invece di opporsi al vincolo insostenibile del 70% editoriale, hanno avallato questa imposizione presentandola come un compromesso accettabile.

Le ragioni di questo tradimento sono molteplici: il desiderio di mantenere buoni rapporti con l'amministrazione comunale, la logica burocratica che privilegia il "risultato comunicabile" rispetto all'efficacia reale delle misure, la disconnessione dei vertici sindacali dalla realtà quotidiana degli edicolanti, interessi personali di visibilità e poltrone.

Il risultato è che gli edicolanti si sono trovati soli, traditi proprio da chi avrebbe dovuto proteggerli. Hanno accettato di buon grado le "conquiste" illusorie, senza rendersi conto che stavano firmando la propria condanna.

Una strategia di dismissione mascherata

Guardando il quadro complessivo, emerge una realtà inquietante: quella del Comune di Firenze non è una politica di sostegno alle edicole, ma una strategia di dismissione mascherata da supporto.

L'amministrazione comunale sa perfettamente che il modello di business tradizionale delle edicole non è più sostenibile. Sa che il vincolo del 70% editoriale è impossibile da rispettare mantenendo la redditività. Sa che le "opportunità" offerte sono inutilizzabili. Ma continua su questa strada perché l'obiettivo reale è un altro: lasciare che le edicole chiudano "naturalmente", senza doversi assumere la responsabilità politica di una chiusura decisa dall'alto.

Quando l'ultima edicola avrà chiuso, il Comune potrà dire: "Abbiamo fatto tutto il possibile. Abbiamo ridotto i canoni, offerto nuove opportunità, collaborato con le categorie. Evidentemente il mercato è cambiato". E intanto lo spazio pubblico pregiato, soprattutto nell'area UNESCO, sarà libero per altri usi.

Cosa servirebbe davvero

Se l'amministrazione comunale volesse davvero sostenere le edicole, le misure da adottare sarebbero ben diverse:

1. **Flessibilità merceologica:** ridurre l'obbligo di esposizione editoriale al 30-40%, permettendo agli edicolanti di vendere prodotti remunerativi come artigianato locale, prodotti tipici di qualità, articoli da viaggio.
2. **Servizi pubblici retribuiti:** affidare alle edicole servizi municipali (pratiche anagrafiche, pagamenti, informazioni turistiche) con compensi adeguati, non simbolici.
3. **Sostegno economico diretto:** non solo sconti sul canone, ma contributi a fondo perduto per la riconversione e l'ammodernamento delle attività.
4. **Formazione e supporto:** programmi di accompagnamento per aiutare gli edicolanti a diversificare le attività in modo realistico e sostenibile.
5. **Dialogo vero:** ascoltare le esigenze reali degli edicolanti, non imporre dall'alto modelli astratti che ignorano la realtà del mercato.

Conclusione

La vicenda delle edicole fiorentine è emblematica di un modo di fare politica che privilegia l'apparenza sulla sostanza, il marketing sulla soluzione dei problemi reali. Il Comune di Firenze continua a presentare come novità misure vecchie di dieci anni, offre "opportunità" inutilizzabili, impone vincoli economicamente insostenibili. Nel frattempo, le confederazioni e i sindacati, invece di difendere i loro rappresentati, si sono resi complici di questa mistificazione.

Il risultato è sotto gli occhi di tutti: le edicole continuano a chiudere, una dopo l'altra. Non per incapacità degli edicolanti, ma per un sistema che le ha condannate all'estinzione pur fingendo di sostenerle.

È ora di dire basta alle illusioni e alle false promesse. È ora di una politica seria, che affronti i problemi reali con soluzioni concrete. O, almeno, che abbia l'onestà di ammettere che le edicole non sono più considerate prioritarie e che si preferisce lasciarle morire.

La verità è sempre meglio dell'ipocrisia.

Cordiali saluti.

Il Presidente Nazionale
Andrea Innocenti

