

Perché questo foglio?

Ritorno al futuro

Cara lettrice, caro lettore, il formato di questo foglio, che idealmente si riallaccia al nostro passato, non è casuale. Segnala infatti la fine di un ciclo e l'apertura di un altro, anzi di molti altri, ci piace pensare.

Nel numero 17 del 2005 abbiamo lanciato la campagna "1+1= 2006", legando molto chiaramente la sopravvivenza de "il foglio del paese delle donne" nella sua forma cartacea e con la attuale periodicità quindicinale ad un raddoppio, o almeno ad un aumento significativo del numero delle lettrici. In questo lasso di tempo abbiamo ricevuto gratificanti riconoscimenti per il nostro lavoro, e molte, a cui va la gratitudine di tutta la redazione, hanno voluto rinnovare abbonamenti non ancora in scadenza per darci un sostegno concreto. Altre, a cui siamo egualmente grate, si sono spese in prima persona per permettere al giornale di aumentare la propria visibilità attraverso la pubblicazione di manchette su siti e giornali e ci hanno commissionato numeri speciali ed inserti che ci hanno permesso di tirare un sospiro di sollievo e di sopravvivere fino all'estate pagando i nostri debiti per la stampa e la diffusione del giornale.

Ma nonostante gli sforzi di tutte, non ce l'abbiamo fatta a riprendere la regolare pubblicazione dei restanti 8 numeri del 2006, tanto che questo foglio che avete in mano esce solo grazie all'autofinanziamento della redazione.

Nel 1982, le redattrici di "Effe" scrivevano in una lettera aperta alle lettrici: "I problemi sono molti. Occorrono denaro, adeguate strutture di pubblicità, capacità e omogeneità d'intenti. A queste condizioni c'è ancora spazio di vendita in edicola per una rivista che è a suo modo un luogo di donne separato come ambito fisico di produzione ma attento agli altri e interagente con gli altri però sulla base di una propria identità e autonomia". Fu il loro ultimo numero, perché la somma delle condizioni necessarie non si realizzò.

Ma il nostro caso è diverso: questo foglio chiude un ciclo ma non un'esperienza.

Dalla nostra nascita, che in un certo senso raccoglieva la sfida della redazione di "Effe", il mondo della comunicazione ha subito trasformazioni epocali.

Non sono venuti meno i desideri, le motivazioni e gli intenti che diedero vita circa venti anni fa alla pubblicazione de "il foglio de il paese delle donne", - dopo l'e-



Gallia est omnis divisa in partes tres, quarum unam incolunt Belgae, aliam Aquitani, tertiam qui ipsorum lingua Celtae, nostra Galli appellantur. Hi omnes lingua, institutis, legibus inter se differunt. Gallos ab Aquitanis Garumna flumen, a Belgis Matrona et Sequana dividit. Horum omnium fortissimi sunt Belgae, propterea quod a cultu atque humanitate provinciae longissime absunt, minimeque ad eos mercatores saepe comitant atque ea quae ad effeminandos animos pertinent important, proximique sunt Germanis, qui trans Rhenum incolunt, quibuscum continenter bellum gerunt. Qua de causa Helvetii quoque reliquos Gallos virtute praecedunt, quod fere cotidianis proeliis cum Germanis contendunt, cum aut suis finibus eos prohibent aut ipsi in eorum finibus bellum gerunt. Eorum una, pars, quam Gallos obtinere dictum est, initium capit a flumine Rhodano, continetur Garumna flumine, Oceano, finibus Belgarum, attingit etiam ab Sequanis et Helvetiis flumen Rhenum, vergit ad septentriones. Belgae ab extremis Galliae finibus oriun-

Il paese delle donne è anche:

un premio

un servizio editing

un sito

Ancora oggi le donne...

Perché questo foglio? Nasce dal desiderio di donne che hanno intuito come la differenza di sesso possa iscriversi in ogni nostro comportamento e, a maggior tagione, in quello professionale.

In questo momento manca un veicolo agile per mettere in contatto esperienze diverse sia per modalità di ricerca sia per dislocazione nel territorio.

Questo foglio perciò si propone con un carattere nazionale: il "chi siamo?", il "che cosa vogliamo" non può infatti prescindere dal "dove siamo?".

Un "dove essere" non soltanto geografico o socio-culturale ma anche un "ove essere?" politico che è il luogo del simbolico per eccellenza. Così è importante sapere che cosa dicono di sé le donne mussulmane o gli interrogativi delle donne in Unione Sovietica o come e quanto influenza il pensiero, la parola, il comportamento l'essere donna alla periferia o al centro dell'impero.

Questo foglio vuole suggerire stimoli, aprire finestre.

Vorremmo avere la possibilità di leggere tutta la realtà che vede le donne assumere tra loro comportamenti simili o profondamente diversi. Per questo consideriamo importante conoscere e far conoscere tutto ciò che accade nel mondo delle donne, dando spazio anche a linguaggi che potremo non condividere, per favorire il confronto ed anche lo scontro che spesso significa chiarezza e crescita.

Per fare questo foglio così "povero" in tempi di editoria così "ricca" è un non rinunciare ad esprimersi, ad essere indipendenti; scelta che può dare forza anche a tante donne che lavorano, spesso non a loro agio, nell'editoria "ricca".

Insomma un navigare contro corrente che ribadisce la sua valenza politica di avere la redazione nel Buon Pastore, palazzo occupato dalle donne.

Controcorrente da sole? Il pensiero della differenza sessuale fa sì che oggi, ovunque le donne intendano esprimersi, quale sia la direzione anche se mancano ancora ferenti capaci di rimandi significativi: su questo anche noi ci interroghiamo.

Eccoci a proporvi un foglio la cui cadenza settimanale può renderlo uno degli strumenti utili a colmare vuoti.

L'obiettivo è di farlo uscire doppio fra sei mesi.

sperienza biennale della redazione di due pagine del quotidiano romano "Paese sera", né quelli che per quasi venti anni (un tempo geologico per una rivista politica) hanno visto uscire la testata prima settimanalmente e poi con cadenza quindicinale.

Sentiamo però che è venuto il momento di un ripensamento del nostro progetto editoriale, del nostro linguaggio e delle forme con cui continuare la nostra esperienza.

Al contrario vi proponiamo, di seguirci in un'altra avventura più di ricerca e di sperimentazione, un'avventura capace di cogliere tutte le opportunità che la multimedialità ci offre (riuscendo a creare una sinergia virtuosa tra pubblicazioni cartacee, sito internet, ecc.) sperimentando linguaggi diversi e di raggiungere pubblici diversi.

Con la stessa passione politica di venti anni fa, oggi vogliamo fare i conti con un nuovo progetto editoriale che si confronti con il dibattito in atto attorno ai mezzi di comunicazione avendo, allora come allora, le donne: i luoghi dove esse agiscono, si esprimono e le relazioni che mettono in atto.

Per poter elaborare questo nuovo progetto sospendiamo la pubblicazione del foglio con la periodicità quindicinale, e ci prendiamo un tempo, che speriamo il più breve possibile, per mettere a punto un nuovo progetto editoriale che affianchi una informazione cartacea di qualità, anche a-periodica, all'informazione via internet.

Naturalmente le sottoscrizioni al vecchio giornale non andranno perse, e anzi costituiscono per noi un impegno morale ad andare avanti e a far presto ad elaborare il nuovo progetto e a tornare nelle vostre case con un giornale cartaceo che per noi rimane un'opzione imprescindibile.

A quelle di voi che non amano troppo il computer chiediamo di avere un po' di pazienza e di continuare a seguirci attraverso il sito www.womenews.net, magari andando ad un internet caffè o sedendovi con una tazza di tè davanti al computer di un'amica o di un centro donne così da farci conoscere anche da chi non ci conosce. Alle più tecnologiche chiediamo di aiutarci a non essere scordate da chi non può o non vuole avere accesso ad un computer: stampate gli articoli che trovate pubblicati sul sito, date loro quella forma cartacea che noi in questo momento non possiamo darvi, anche così ci aiuterete a vivere.

La distribuzione, questa sconosciuta

Tra i tanti detti e non detti che caratterizzano il passaggio cruciale da una forma editoriale a un'altra, ed è quello che sta accadendo al Paese delle donne, che sospende "il Foglio" cartaceo, e si guarda intorno alla ricerca del nuovo, una parola chiave è "distribuzione", evocante più il negativo che il positivo dell'attività editoriale, per scusare più che per spiegare, cosa si è scelto e come si è agito nella catena della distribuzione. Vero è che si parla di prodotti cartacei e parlarne adesso può sembrare tardivo, ma non lo è. La politica distributiva s'accompagna a tutto campo alla politica editoriale, che la presuppone. Editare e non distribuire è infatti impossibile.

Per le altre e per noi, ecco una breve scheda di cosa è "la distribuzione". A chi legge la possibilità di interpretare la complessità dei vari passaggi e le potenzialità dei protagonisti. In sintesi.

Ci sono solo quattro modi di avere un prodotto editoriale della categoria dei quotidiani e dei periodici, tra le mani: 1) comprarlo in edicola, 2) leggerlo gratis al bar (o in altri pochi luoghi come circoli, partiti, centri, ecc.), 3) riceverlo omaggio per un periodo nella buca della posta, 4) averlo per abbonamento.

Gli ultimi due modi vanno entrambi sotto la categoria "omaggio", ma sono diversi. Chi legge non spende, ma spende chi pubblica e compra per offrirlo "gratuitamente" (bar, circoli, partiti, centri, ecc.); una diversità sulla quale torneremo.

Tutte e quattro le possibilità rientrano nella "distribuzione" attuata dalle "Aziende distributive". Cosa sono? Aziende che secondo quando deciso dalla Fieg (Federazione Editori) che è l'unico ente preposto a stabilire *quali siano i luoghi della distribuzione*, decide

dove debbano essere aperti i *punti vendita*. Ovvero, la politica distributiva sul territorio. Scusate se è poco. Significa numero e grandezza delle edicole (solo per stare alla forma di vendita più corrente), loro collocazione nei quartieri, sulle vie, angoli, ecc., e la stessa possibilità di apertura del *punto vendita, che non basta voler aprire, non basta avere il locale adatto, non basta avere il personale, non basta avere la licenza comunale di vendita dei giornali in un determinato posto*. Tutto non basta se non arriva, in ultimo, il consenso della Fieg. Quali le politiche della Fieg? questo sarebbe di per sé un tema interessante per qualsiasi testata, ma è poco frequentato. Si parla di edicolanti, di poche edicole in periferia, di tante edicole in centro, ecc.; un mestiere spesso familiare, durissimo ma remunerativo, in questa nazione trasmesso sovente di padre-madre in figlio-figlia. Pensate solo cosa significa abitare in un paese senza edicola. Dover prendere il bus per acquistare un giornale, e così via.

Ci sono "Aziende distributive" locali e nazionali.

Le Aziende distributive nazionali possono essere anche editori ma ci sono Aziende distributive che non lo sono. Le maggiori del primo gruppo sono la M-Dis comprendente RCS (Rizzoli Stampa, Corriere della Sera, Rusconi, la francese Achette, Fabbri e altri editori più piccoli), Mondadori (editore e distributore in proprio). La maggiore del secondo gruppo (Aziende solo distributive), è la Sodip, segue Messaggerie Internazionali, Intercontinental. Le ultime tre sono anche i distributori italiani di *Stampa estera*. E qui si apre e si chiude una grande parentesi anch'essa piena di spunti per l'informazione). Se-

guono A&G-marco, Parrini, ecc.

Le Aziende distributive locali raramente, dati i costi, sono editori, ma non significa che coprano a volontà il territorio, coprono il territorio in accordo con la Fieg.

Aziende distributive nazionali e locali utilizzano "ispettori editoriali", che sono pochi, con compiti di controllo amministrativo a vasto raggio, rivolti sia al rapporto editore-distributore, sia a quello distributore-edicolante (o altro).

Solo ed esclusivamente la vendita del tipo "4", quello per abbonamento, passa attraverso le Poste.

Era, e spero sarà ancora, il nostro caso. Più un prodotto editoriale è legato a una sola forma di vendita, più rischia e non è detto che meno spenda.

Più un prodotto editoriale gira nei punti vendita senza il controllo di un ispettore, più proliferano le possibilità di perdita economica, il che significa il mancato controllo del venduto e delle rese con contraccolpi, nel settore postale, anche sugli abbonamenti. Questo solo per spunti e sommi capi.

Cosa fa un'Azienda distributiva nazionale? È il tramite tra l'editore (quando non lo sia esso stesso e ciò chiaramente facilita alcuni passaggi e modalità), e il terminale della vendita (edicola, luoghi di lettura "in omaggio"); ritira l'editore, ne organizza l'invio, l'arrivo, il venduto, la resa, e al termine della catena che parte dal ritiro in tipografia e raggiunge la presentazione del saldo all'editore (tolte le spese e la percentuale dovuta all'edicolante che si attesta, a seconda della periodicità dell'edizione dal 10 al 30-40%), *controlla tutto il percorso di un'edizione*.

Maria Paola Fiorenzoli



La distribuzione, questa sconosciuta

Maria Paola Fiorenoli

Tra i tanti detti e non detti che caratterizzano il passaggio cruciale da una forma editoriale a un'altra, ed è quello che sta accadendo al Paese delle donne, che sospende "il Foglio" cartaceo, e si guarda intorno alla ricerca del nuovo, una parola chiave è "distribuzione", evocante più il negativo che il positivo dell'attività editoriale, per scusare più che per spiegare, cosa si è scelto e come si è agito nella catena della distribuzione. Vero è che si parla di prodotti cartacei e parlarne adesso può sembrare tardivo, ma non lo è. La politica distributiva s'accompagna a tutto campo alla politica editoriale, che la presuppone. Editare e non distribuire è infatti impossibile.

Per le altre e per noi, ecco una breve scheda di cosa è "la distribuzione". A chi legge la possibilità di interpretare la complessità dei vari passaggi e le potenzialità dei protagonisti. In sintesi.

Ci sono solo quattro modi di avere un prodotto editoriale della categoria dei quotidiani e dei periodici, tra le mani:

1) comprarlo in edicola, 2) leggerlo gratis al bar (o in altri pochi luoghi come circoli, partiti, centri, ecc.), 3) riceverlo omaggio per un periodo nella buca della posta, 4) averlo per abbonamento.

Gli ultimi due modi vanno entrambi sotto la categoria "omaggio", ma sono diversi. Chi legge non spende, ma spende chi pubblica e compra per offrirlo "gratuitamente" (bar, circoli, partiti, centri, ecc.); una diversità sulla quale torneremo.

Tutte e quattro le possibilità rientrano nella "distribuzione" attuata dalle "Aziende distributive". Cosa sono? Aziende che secondo quando deciso dalla Fieg (Federazione Editori) che è l'unico ente preposto a stabilire *quali siano i luoghi della distribuzione*, decide dove debbano essere aperti *i punti vendita*. Ovvero, la politica distributiva sul territorio. Scusate se è poco. Significa numero e grandezza delle edicole (solo per stare alla forma di vendita più corrente), loro collocazione nei quartieri, sulle vie, angoli, ecc., e la stessa possibilità di apertura del *punto vendita, che non basta voler aprire, non basta avere il locale adatto, non basta avere il personale, non basta avere la licenza comunale di vendita dei giornali in un determinato posto*. Tutto non basta se non arriva, in ultimo, il consenso della Fieg. quali le politiche della Fieg? questo sarebbe di per sé un tema interessante per qualsiasi testata, ma è poco frequentato. Si parla di edicolanti, di poche edicole in periferia, di tante edicole in centro, ecc.; un mestiere spesso familiare, durissimo ma remunerativo, in questa nazione trasmesso sovente di padre-madre in figlio-figlia. Pensate solo cosa significa abitare in un paese senza edicola. Dover prendere il bus per acquistare un giornale, e così via.

Ci sono "Aziende distributive" locali e nazionali.

Le Aziende distributive nazionali possono essere anche editori ma ci sono Aziende distributive che non lo sono. Le maggiori del primo gruppo sono la M-Dis comprendente

RCS (Rizzoli Stampa, Corriere della Sera, Rusconi, la francese Achette, Fabbri e altri editori più piccoli), Mondadori (editore e distributore in proprio). La maggiore del secondo gruppo (Aziende solo distributive), è la Sodip, segue Messaggerie Internazionali, Intercontinental. Le ultime tre sono anche i distributori italiani di *Stampa estera*. E qui si apre e si chiude una grande parentesi anch'essa piena di spunti per l'informazione). Seguono A&G-marco, Parrini, ecc.

Le Aziende distributive locali raramente, dati i costi, sono editori, ma non significa che coprano a volontà il territorio, coprono il territorio in accordo con la Fieg.

Aziende distributive nazionali e locali utilizzano "ispettori editoriali", che sono pochi, con compiti di controllo amministrativo a vasto raggio, rivolti sia al rapporto editore-distributore, sia a quello distributore-edicolante (o altro).

Solo ed esclusivamente la vendita del tipo "4", quello per abbonamento, passa attraverso le Poste.

Era, e spero sarà ancora, il nostro caso. Più un prodotto editoriale è legato a una sola forma di vendita, più rischia e non è detto che meno spenda.

Più un prodotto editoriale gira nei punti vendita senza il controllo di un ispettore, più proliferano le possibilità di perdita economica, il che significa il mancato controllo del venduto e delle rese con contraccolpi, nel settore postale, anche sugli abbonamenti. Questo solo per spunti e sommi capi.

Cosa fa un'Azienda distributiva nazionale? È il tramite tra l'editore (quando non lo sia esso stesso e ciò chiaramente facilita alcuni passaggi e modalità), e il terminale della vendita (edicola, luoghi di lettura "in omaggio"); ritira l'edito, ne organizza l'invio, l'arrivo, il venduto, la resa, e al termine della catena che parte dal ritiro in tipografia e raggiunge la presentazione del saldo all'editore (tolte le spese e la percentuale dovuta all'edicolante che si attesta, a seconda della periodicità dell'edizione dal 10 al 30-40%), *controlla tutto il percorso di un'edizione*.

Il medesimo processo sui punti vendita avviene nell'Azienda distributiva locale che controlla la contabilità e a livello nazionale il distributore nazionale. Spesso i disguidi si sommano; pensate solo alla variazione climatica, alla migrazione festiva degli utenti in posti di mare e di montagna altrimenti deserti, per non parlare di problemi tra i più macroscopici: guasti ai mezzi di trasporto, sospensione dei servizi dei treni e delle navi, impraticabilità delle strade, sottrazioni di materiali, ritardo delle consegne, mancato recupero della resa, ecc.

L'edicolante, il Bar, il circolo, l'Ufficio postale sono terminali nei quali si possono presentare altre problematiche; dal tipo alla quantità d'esposizione, al tipo e quantità di testate, ecc.

Ribadito che è l'editore a ricevere la differenza tra il consegnato e la resa, tolte le spese, si può immaginare quanto e come l'editore, e specie l'Editore-Azienda distributiva, abbia a cuore il percorso, la diffusione, la fornitura, l'esposizione, il ritiro dell'invenduto, sia per propria soddisfazione che per vedere accrescere due fattori basilari: a. *l'accesso ai contributi statali che scattano in rapporto alla vendita (non alla resa)*; b. *le percentuali pubblicitarie*.

La corsa ad entrambi questi fattori produce ciò che, ad esempio nelle edicole, nelle stazioni, nei maggiori mercati è

sotto gli occhi di tutti: *una fittizia vendita gratuita, controllata sempre dagli Editori e sottoposta al consenso della Fieg*, realizzata attraverso testate distribuite gratuitamente per aumentarne a dismisura il numero di tiratura o con gadget in allegato a testate, supplementi di testate, abbinamenti di testate al costo quasi di una (il cosiddetto *paccotto*, proliferazione di Siti gratuiti Press, ecc.). Vi si aggiunge il discorso, non a parte, della vendita dei fascicoli delle Enciclopedie di cui si fanno per il primo o i primi numeri tirature altissime e per i seguenti risultano assai difficili da trovare (per distribuzione e rese).

Consiglio buono anche se non richiesto: leggetevi la *legge editoriale*. Chiedetevi se non va aggiornata, se non è il caso – e questa è una precisa richiesta di queste ultime righe – *se non è il caso che l'elenco delle testate "storiche" stabilite nel 1981 (elenco retroattivo al 1979), non venga aggiornato ogni venticinque o trent'anni, permettendo l'accesso ai pubblici finanziamenti a nuovi soggetti, magari decennali o ventennali, che così, come ad esempio il nostro Foglio, potrebbero non essere costretti alla sospensione per mancanza, anche, di fondi*.

Noi siamo sempre vissute di abbonamenti, quarta forma di vendita, tramite Ufficio Postale.

Nessuno più di piccoli editori come noi, conosce cosa significa il rincaro, anche bassissimo, di tutte le tappe della catena editoriale e distributiva. Conosciamo ogni minimo incremento del costo carta, costo tipografia, costo distribuzione per posta (determinato da altri innumerevoli costi) e, quest'ultimo, spesso connotato da ritardi o mancate consegne, o trattamento del nostro giornale come "volantino" e non come periodico. Ne fanno testo le continue proteste nostre, prima che delle nostre utenti, che "giustamente" (perché nessuna/o deve sapere tutto) se la sono presa con noi per una distribuzione che ha penalizzato abbastanza la testata.

Tornando alla gonfiatura delle vendite tramite *distribuzione gratuita* (copie omaggio date a mano o impilate nelle stazioni o altri luoghi di grande transito, copie omaggio mandate in abbinamento ad altre testate, con gadget, promozioni in editoca, testate con sola pubblicità, ecc.), sempre e solo allo scopo di accedere ai finanziamenti pubblici e alla vera pubblicità, esiste l'Ads (Accertamento Diffusione Stampa), che sorveglia il settore, ma tale è l'invasione del prodotto *gratuito*, da essere difficile tenerlo a bada. Vero è che tali sono gli utili che si ricavano dall'essere visibili e diffusi sul mercato, a qualsiasi costo, che appena è possibile tutti, ma non tutte, si buttano in quell'acqua.

Entra qui l'ultimo, si fa per dire, importantissimo elemento della "distribuzione": *la valutazione diffusione*. A saperla veramente fare sono in pochi, a sapere di cosa veramente si tratta forse ancora meno. Settore d'importanza basilare, la *valutazione* fa quel che dice il nome, *valuta*, e su quello l'Editore spende, il privato chiede licenze, la Fieg consente o non consente, l'Ads controlla, e tutto il circolo virtuoso, una spirale più che un circolo, una piramide negli effetti, tutto lo spostamento di poteri, di capitali, di consenso, d'investimento scaturito dalla *valutazione* (il che è frutto di mestiere, saperi e anche passioni), producono quei quotidiani e periodici da cui siamo partite e abbiamo tra le mani; tra i quali mi auguro che al più presto torni un edito del Paese delle donne.

sperienza biennale della redazione di due pagine del quotidiano romano "Paese sera", né quelli che per quasi venti anni (un tempo geologico per una rivista politica) hanno visto uscire la testata prima settimanalmente e poi con cadenza quindicinale.

Sentiamo però che è venuto il momento di un ripensamento del nostro progetto editoriale, del nostro linguaggio e delle forme con cui continuare la nostra esperienza.

Al contrario vi proponiamo, di seguirci in un'altra avventura più di ricerca e di sperimentazione, un'avventura capace di cogliere tutte le opportunità che la multimedialità ci offre (riuscendo a creare una sinergia virtuosa tra pubblicazioni cartacee, sito internet, ecc.) sperimentando linguaggi diversi e di raggiungere pubblici diversi.

Con la stessa passione politica di venti anni fa, oggi vogliamo fare i conti con un nuovo progetto editoriale che si confronti con il dibattito in atto attorno ai mezzi di comunicazione avendo, allora come allora, le donne: i luoghi dove esse agiscono, si esprimono e le relazioni che mettono in atto.

Per poter elaborare questo nuovo progetto sospendiamo la pubblicazione del foglio con la periodicità quindicinale, e ci prendiamo un tempo, che speriamo il più breve possibile, per mettere a punto un nuovo progetto editoriale che affianchi una informazione cartacea di qualità, anche a-periodica, all'informazione via internet.

Naturalmente le sottoscrizioni al vecchio giornale non andranno perse, e anzi costitui-

scono per noi un impegno morale ad andare avanti e a far presto ad elaborare il nuovo progetto e a tornare nelle vostre case con un giornale cartaceo che per noi rimane un'opzione imprescindibile.

A quelle di voi che non amano troppo il computer chiediamo di avere un po' di pazienza e di continuare a seguirci attraverso il sito www.womenews.net, magari andando ad un internet café o sedendovi con una tazza di tea davanti al computer di un'amica o di un centro donne così da farci conoscere anche da chi non ci conosce. Alle più tecnologiche chiediamo di aiutarci a non essere scordate da chi non può o non vuole avere accesso ad un computer: stampate gli articoli che trovate pubblicati sul sito, date loro quella forma cartacea che noi in questo mo-

mento non possiamo dargli, anche così ci aiuterete a vivere.