

Le vie del centro storico contano di più chi subentra paga «buonuscite» alte

16/09/0

“Prima i conti si facevano a due anni dall'avviamento dell'attività, oggi le prime somme si tirano a sei mesi dall'apertura”. Per Giovanni Larini, dell'agenzia monzese 'La Lombarda Immobiliare', è eccessivo parlare di crisi 'monzese' del commercio al dettaglio. “Non si trovano spazi liberi in centro, il ricambio c'è. Monza è comunque la terza città della Lombardia, con un bacino di utenza enorme. È il mercato in generale che non è più quello di prima”. I giganti della grande distribuzione hanno fatto la loro comparsa negli anni '90. Una mazzata da cui le attività commerciali non pare possano riprendersi. Alla fine dello scorso decennio, infine, il decreto che ha snellito procedure e vincoli in materia di licenze di vendita.

“La legge Bersani ha sì 'sburocratizzato' le piccole attività, ma i commercianti avevano già perso metà del loro giro d'affari dagli anni '90, con l'ingresso prepotente sul mercato della grande distribuzione. È tramontato tra l'altro quel rapporto di fidelizzazione del cliente che si instaurava più facilmente prima”, spiega l'esperto. Cosa è cambiato dopo la legge Bersani, al di là della concorrenza dei 'colossi'? “Come è diventato più facile aprire un esercizio, è anche più facile chiuderlo. Un negoziante si accorge in tempi più brevi se gli affari stanno in piedi o meno, se una volta un negozio, e parliamo di attività commerciali, non di esercizi pubblici, poteva

essere un buon investimento, oggi si ripetono molti tentativi imprenditoriali; nel caso di Monza in particolare, poi, è di importanza fondamentale la posizione”, spiega ancora Larini, che è anche coordinatore del listino prezzi F.i.m.a.a per le aziende. “Le vie che contano di più, come è facile immaginare, sono le tre strade dello shopping del centro storico”. Le vetrine che affacciano su via Italia, Vittorio Emanuele e Carlo Alberto, meta di pellegrinaggi di una moltitudine di consumatori nel weekend, sono quelle dove si possono realizzare affari importanti. Chi volesse subentrare nelle attività di questi negozi può arrivare a pagare 'buonuscite' da centinaia di milioni di lire. La musica cambia incredibilmente oltre il 'confine' del Ponte dei Leoni. In fondo a via Vittorio Emanuele, infatti, la musica cambia drasticamente e le quotazioni degli spazi commerciali non sono nemmeno lontani parenti di quelli del triangolo del centro storico. Stesso discorso per gli esercizi nelle vie laterali. Incredibilmente un'attività nei vicoli che affluiscono sulle strade dello 'struscio' è fortemente penalizzata rispetto a quelle dei commercianti che espongono la loro merce soltanto pochi metri più in là. Il consumatore medio sembra dunque seguire il gregge senza guardarsi poco oltre quello che gli si para davanti. Secondo l'esperto, sono “abitudini storiche dure, se non impossibili, da cambiare”.

Federico Berni

