

Tra crisi e costi, anche a Treviglio il commercio soffre



La crisi si fa sentire anche a Treviglio, dove continua la chiusura di diversi esercizi del centro. Esempio il caso di Pozzi Uomo, boutique griffata che, dopo trent'anni, ha lasciato la sua sede per essere assorbita con un corner nella boutique femminile. C'è un dato in controtendenza, ovvero che dal primo gennaio a fine giugno 2012 si è registrata una crescita di nuove attività pari al 2%, distribuita su tutta la città. "Ma il problema non sono i numeri, ma la chiusura di negozi storici - afferma Max Vavassori, presidente dell'associazione Botteghe Città di Treviglio -. Un segnale non certo tranquillizzante. "Poi c'è da considerare che ormai il 65% degli esercizi appartiene alla categoria abbigliamento e accessori. E anche se è vero che una donna non rinuncerà mai a vestirsi, bisognerebbe forse creare offerte alternative: aprire per esempio attività legate all'enogastronomia, capaci di attirare gente. Perché chi si reca in centro per comprare o consumare alimenti, si sofferma anche a guardare le vetrine". Sono 275 gli esercizi tra negozi, bar e ristoranti del Distretto commerciale di Treviglio, solo 24 gli alimentari, 200 tutti gli altri, 38 i bar e 13 i ristoranti, oltre a un mercato settimanale. A rendere difficile la vita degli esercizi in centro, oltre alla crisi c'è anche il discorso dei costi elevati. "Servirebbe un'attenzione mirata sui costi di gestione - aggiunge Vavassori -. Andrebbero calmierati gli affitti, nella consapevolezza che dare una mano agli operatori contribuisce a tenere vivo e frequentato il centro. Se non ci muoviamo, via Roma, per antonomasia il salotto cittadino, perderà sempre più attrattiva per chi vende e chi acquista". L'operazione più

significativa per animare le vie è quella progettata dall'amministrazione comunale: il centro commerciale che sorgerà nell'area dell'ex Upim in piazza Garibaldi, composto da un supermercato, un ristorante, negozi e un auditorium da trecento-otto posti dove si esibiranno compagnie teatrali nazionali e dialettali. “Concludere i lavori e assegnare i locali con un vincolo di apertura fino alle 22 è la nostra priorità – afferma il sindaco Giuseppe Pezzoni, con delega al commercio -. Gli affitti saranno calmierati in modo da essere sopportabili, non esosi come quelli attuali per le tasche dei commercianti”. Il primo cittadino definisce il progetto “l'hardware” per risolvere la crisi, mentre il “software” saranno tutti quegli accorgimenti strategici utili per rendere più attrattivo il centro, dalla liberalizzazione degli orari fino all'apertura fino a tardi degli uffici comunali dell'anagrafe, nei mercoledì estivi dello shopping: “Un modo per sbrigare una pratica e fermarsi in centro a mangiare una pizza – spiega Pezzoni -. Tra i progetti c'è anche l'avvio, a febbraio, del Caffè Letterario, aperto fino alle 22 , in via Bicetti, di fronte alla biblioteca comunale”.

Per Roberto Ghidotti, funzionario dell'Ascom e presidente del Distretto del commercio di Treviglio, “spesso i negozi chiudono per assenza di ricambio generazionale, non solo per la contrazione dei consumi e anche perché l'offerta a volte non è adeguata”. L'esempio è quello di un negozio di alimentazione naturale che ha fatto faviille perché ha saputo soddisfare un bisogno dei cittadini. “Prima di aprire andrebbe sempre effettuata un'indagine seria, ed è quello che ci riserviamo di fare – afferma Ghidotti -. Come Distretto, puntiamo a creare dei gruppi d'acquisto capaci di far risparmiare, ad esempio attraverso contratti collettivi con i fornitori di luce e gas, ma anche con chi garantisce la sicurezza”. Un progetto interessante riguarda il PalaFacchetti: “Vorremmo portare qui gli artisti di fama nazionale che prima calcano il Creberg – anticipa -. I negozi verrebbero coinvolti nella vendita dei biglietti e in offerte a tema”. Ma l'obiettivo principale è “fare rete, essere sì concorrenti, ma non nemici, perché l'unione comunque fa la forza. E' demagogico dire che è tutta colpa della crisi e delle tasse elevate, in realtà il futuro dipende anche da noi – sostiene Ghidotti -. E per rilanciare i consumi dobbiamo richiamare i commercianti a fare squadra, riscoprendo l'identità comune attraverso le associazioni”. Per il presidente del Distretto occorre creare “una nuova cultura dell'imprenditorialità attraverso obiettivi e iniziative congiunte e sinergiche con altri attori sul territorio”.