

COMMERCIO Vanno bene bar e ricevitorie

## Crisi dei piccoli negozi In forte calo prezzi e compravendite

(T.Red.) Anche quest'anno, nonostante l'entrata in vigore della cosiddetta «riforma del commercio», i piccoli commercianti sono stati toccati da una profonda crisi in tutti i settori. Sono stati molti i negozi costretti a chiudere, soffocati da ipermercati, centri commerciali e hard discount.

Il «Listino prezzi delle aziende», presentato ieri al Circolo del Commercio, ha registrato una netta diminuzione (del 10 per cento rispetto allo scorso anno) sia delle transazioni, sia dei prezzi di negozi e laboratori artigianali. «Aprire un negozio oggi è solo apparentemente più conveniente - ha spiegato Gianni Larini, coordinatore del Listino - in realtà la diminuzione dei prezzi è un riflesso della crisi del mercato. Ormai quello al dettaglio è diventato il "sud" del commercio e se lo Stato ha a cuore la sua sopravvivenza dovrà venirgli incontro con agevolazioni fiscali, altrimenti assisteremo all'estinzione del classico negozietto».

Passando alle rilevazioni effettuate su tutto il territorio provinciale, si nota che la crisi non ha riguardato bar, pizzerie e ristoranti, esercizi nei quali la concorrenza della grande distribuzione non si fa sentire. Molto richieste sul mercato anche le ricevitorie, sia per il boom dei giochi a premio come Super Enalotto e Gratta e Vinci, sia per l'incremento dei servizi offerti (bollo auto). Nonostante il crescente numero di rapine nei loro confronti, cresce anche la domanda di tabaccherie, soprattutto grazie al bassissimo rischio di gestione. Bene anche le gastronomie (soprattutto in centro) vista la grande richiesta di piatti pronti da parte dei single, ma anche i panifici, i negozi di piante e fiori e quelli di software. Subiscono invece forti flessioni i prezzi delle edicole, soprattutto a causa dell'allargamento della vendita dei quotidiani presso benzinai, bar e cartolerie. In netto calo le lavanderie, i parrucchieri da donna, i videonoleggi (schacciati dall'effetto Blockbuster), le cartolerie e i negozi di abbigliamento in periferia. È Claudio Lossa, presidente della Federazione Italiana Mediatori di Assicurazioni, a dare un consiglio a chi sia interessato ad acquistare un'attività commerciale: «Oggi chi vuole aprire un'attività di successo deve cercare di acquistare un negozio in centro o in una zona pedonale».