

Addio shopping, in centro solo servizi

Persi 400 negozi in due anni: all'ombra dell'Arengario arrivano autonoleggio e agenzie immobiliari

Gresio all'interno

Addio allo shopping Vetrine vuote e agenzie nuove padrone del centro

In due anni le attività di commercio a Monza sono passate da 3.363 a 2.997. Gastronomie e boutique cedono a studi medici, immobiliari e di autonoleggio

GIANNI LARINI

«I supermercati
avevano ridotto
il numero dei negozi
Adesso c'è internet»

di Gianni Gresio
MONZA

Non ci sono più i negozi di una volta. Anche in via Vittorio Emanuele, la via del centro più ambita da sempre. Ora, però, tutto è cambiato. C'era una volta, appunto, il cosiddetto triangolo d'oro, costituito dalle vie Vittorio Emanuele, Italia e Carlo Alberto. Ma anche in quest'area privilegiata la rivoluzione del commercio ha innescato cambiamenti radicali.

Anche qui, infatti, aperture e chiusure si susseguono con estrema rapidità.

E pure qui qualche vetrina resta vuota, in attesa di un imprenditore che venda qualcosa capace di conquistarsi uno spazio sui mercati. «Il cambiamento - commenta Gianni Larini, amministratore delegato della Lombarda Immobili & Aziende, responsabile del listino delle im-

prese Eimaa - è irreversibile. Via Vittorio Emanuele è, in pratica, lo specchio di tante città italia-

ne. La crescita dei supermercati, negli anni Settanta e Ottanta, aveva ridotto il numero dei negozi». Poi sono arrivati i centri commerciali. E ogni apertura finiva con il 'costare' 50-60 negozi. «Adesso - aggiunge Larini - il concorrente è l'e-commerce. Già con lo sviluppo dei centri commerciali i negozi avevano ridotto il giro d'affari, ma avevano comunque resistito, anche perché le vie commerciali delle città si erano arricchite ed erano diventate più accoglienti. Ma con questo nuovo competitore tutto è diverso. Perché l'e-commerce vende gli stessi prodotti dei commercianti».

I negozi di una volta, di conseguenza, ora ospitano spesso studi medici, laboratori di analisi, agenzie immobiliari, attività di noleggio auto, cliniche per animali. Una trasformazione innescata dalla riduzione dei guadagni e dall'aumento delle spese di gestione, soprattutto quelle legate agli affitti. «Per bar e ri-

storanti - riconosce Larini - la richiesta di nuove aperture è invece sempre alta. Qui non c'è la concorrenza dell'e-commerce. Il turn over è elevato, così come la concorrenza».

I dati (fonte Camera di Commercio-Istat), intanto, dicono che a Monza dal 2023 al 2025 le attività di commercio all'ingrosso e al dettaglio sono passate da 3.363 a 2.997. Nel periodo 2018-2024 sono invece cresciuti i servizi alle imprese (da 1.489 a 1.761) e quelli alle persone (da 2.479 a 2.615). «Per alcuni - sottolinea Carlo Abbà, assessore alle attività produttive, commercio e turismo - Monza si è impoverita, ma non è così: è cambiata la società, è mutato il mix. L'arrivo delle grandi strutture commerciali ha cambiato il sistema. Ora, con le grandi strutture in difficoltà, si punta su centri più piccoli, in termine burocratico le cosiddette medie strutture. Hanno una superficie media di 800 metri quadrati e si trovano nei quartieri, non più fuori città. In ogni caso, in questi anni si è sempre più diffusa la spesa on-line».

