

EIRE 2009

# «Burocrazia soffocante»

## Troppi vincoli allo sviluppo dei centri commerciali

di GERARDO FIORILLO

- MILANO -

**S** CIOGLIERE i lacci della burocrazia e di una politica miope che frapone solo vincoli ai settori del retail e del real estate. Commercio e attività immobiliare vanno a braccetto, ma ad Eire 2009, l'evento internazionale del real estate, gli attori principali della filiera lanciano un duro messaggio alla politica e ai suoi tempi mostruosi che frenano lo sviluppo, senza offrire una visione coordinata tra pubblico e privato. Vuoi costruire un centro commerciale? La tua pratica può giacere anche 15 anni nei cassetti delle amministrazioni e lo sviluppo va a farsi benedire, tra banche diffidenti che non credono ai progetti e servizi pronti solo sulla carta. E' un grido di dolore quello lanciato dai marchi commerciali, alla ricerca di nuove opportunità di espansione locale. In Lombardia, a dir la verità, qualche procedura è stata

snellita nei tempi, «soprattutto per gli investimenti di piccole dimensioni e la logica del vincolo non è così diffusa», ha spiegato Paolo Mora, direttore vicario dell'assessorato regionale al Commercio. «Si pensi alle trasformazioni in atto su Milano. Nel passato, tuttavia, non abbiamo visto dei capolavori di sviluppo immobiliare: ciò che conta è il progetto, noi siamo terzi nella catena di sviluppo e dobbiamo valutare gli interventi nel complesso». Qualche operatore ha storto il naso, pur facendo autocritica. «Noi dobbiamo darci da fare e fare squadra, ma la riqualificazione non è solo residenziale, c'è bisogno anche dei servizi - ha detto Marco Mutti, amministratore delegato di ForumInvest Italia -. E quando si parla di localizzazione e interventi su immobili di 10 mila metri quadri, ha senso attribuire competenze alla Regione, e non a un Comune di 150 mila abitanti? Anche così si limita lo sviluppo e si dilatano i tempi». Il tema è spinoso. Le associazioni dei retailer e gli imprenditori chiedono soprattutto un cambio di mentalità. Confimprese raggruppa 30 mila punti vendita in Italia per un volume di affari di 26 miliardi di euro, ma l'ostacolo principale per le im-

prese è proprio la rete di vendita. «Confimprese contiene aziende e marchi che vanno nei centri commerciali - ha detto il presidente di Confimprese, Mario Resca -. L'ingessatura della politica e le lobby protezionistiche creano distorsioni al mercato. Puntare sulla qualità, fare selezione e capire le esigenze del cliente sono i rimedi per uscire dalla crisi. Solo così si può sviluppare il retail real estate». Pietro Malaspina, presidente del Consiglio nazionale dei centri commerciali (Cncc), ha la ricetta: «Gli interventi di trasformazione urbana sono utili se favoriscono progetti unitari, di aggregazione. I centri commerciali non sono scatoloni. Un intervento su 20 mila metri quadri va gestito unitariamente».



### RICHIESTE

Affidare i permessi ai Comuni, non alle Regioni. Altrimenti si rischia la paralisi del settore retail

### RISPOSTE

In Lombardia le procedure sono state rese più snelle se gli investimenti sono di piccole dimensioni

### AUTOCRITICA

In questi anni non si sono visti capolavori, ammettono gli operatori. Ma non c'è riqualificazione senza servizi

### TEMPI LUNGI

Una pratica può rimanere in un cassetto anche per 15 anni

