

## Molassana e il supermercato della discordia: “In un mese 20% in meno per i commercianti”

di **Redazione**

18 Luglio 2017 - 14:02



**Genova.** Dopo un mese dall’apertura del nuovo supermercato, l’associazione Amici di Molassana lancia l’allarme: “Gli effetti iniziano già a farsi sentire, e sono tutt’altro che positivi”.

Il nuovo supermercato Basko di Molassana, con i suoi quasi 1.500 metri quadri di superficie, ha aperto i battenti lo scorso 14 giugno, sostituendo il vecchio esercizio di via Bernardini, entrando “a gamba tesa” nei delicati equilibri commerciali del quartiere.

«Da una consultazione con i commercianti nostri associati e con altri colleghi, la fatturazione ha subito un calo nell’ordine del 15-20% e, per alcune attività, si arriva addirittura al 30% - riferisce Giorgio Marchi, presidente dell’associazione - il nuovo supermercato, infatti, sta catalizzando le attenzioni del quartiere, drenando clienti dagli esercizi al dettaglio. D’altra parte, la torta è sempre quella ed era inevitabile che andasse a finire così: ad ogni nuova apertura o, come in questo caso, ampliamento della grande distribuzione, le fette che vengono lasciate ai dettaglianti si fanno sempre più piccole».

Una situazione che va a sommarsi con le altre problematiche legate al comparto commerciale del quartiere: «La questione dei posteggi perduti di via Gherzi, per i quali è pendente un ricorso al Tar, è ancora ben lontana dall’essere risolta - spiega Marchi - e ancora inservibili per la collettività sono i nuovi parcheggi interrati realizzati nell’ambito dei lavori del Por, che avrebbero dovuto essere inaugurati entro lo scorso mese di aprile».

Proprio la vicenda dei parcheggi ha lasciato un segno profondo a Molassana, come ricorda

---

anche Piero Prato, titolare di un negozio di macelleria: «Nel primo anno dopo la privatizzazione degli stalli di via Gherzi, dal settembre del 2014 a quello del 2015, abbiamo avuto un crollo dei corrispettivi del 30%. E adesso, questa ulteriore mazzata della nuova Basko La concorrenza con la grande distribuzione è insostenibile, e non solo per una questione di prezzi, ma anche per le leve fiscali di cui noi non possiamo beneficiare, per la morsa degli studi di settore alla quale invece le grandi strutture di vendita possono sottrarsi, e per il peso di burocrazia e fisco rispetto a cui, un dettagliante, ha le armi spuntate”.