



Reazioni locali. Critici i negozianti ma il bilancio è positivo per il turismo

A Rimini il centro piace a metà

Cristina Casadei
MILANO

«Escono dal casello, entrano lì e vanno via». Lì è l'Ikea di Rimini che è a 500 metri dall'uscita Rimini nord dell'A14. Il presidente della Confindustria comunale, Gianfranco Simonetti, fatica a vedere nell'ultimo punto vendita aperto dal colosso svedese del mobile low cost un impatto positivo sulle attività del territorio. «Il rapporto dare-avere è di gran lunga negativo», spiega Simonetti facendo riferimento al fatto che «posti di lavoro ne sono stati creati ma non moltissimi e per lo più a tempo determinato. Ristoranti, negozi e alberghi hanno avuto ben pochi benefici anche perché chi va all'Ikea ci passa tutta la giornata e dentro c'è anche

il ristorante». Piuttosto per Simonetti questa è l'ennesima tappa dell'impoverimento dei centri storici che «soffrono per i problemi di accessibilità e la mancanza di quelle strutture che vanno dalle grandi strade ai grandi parcheggi di cui invece possono usufruire i centri commerciali».

Per il rappresentante dei commercianti di Rimini che vede tutto nero, c'è il vicesindaco della città e assessore al Turismo, Maurizio Melucci che invece non trova che vantaggi e respinge le critiche: «Ci sono città che sarebbero disposte a fare ponti d'oro per avere l'Ikea, altre che hanno fatto comitati pro-Ikea. Il problema è che i commercianti sono contrari a qualsiasi tentativo di rinnovamento della rete, mentre

gli amministratori devono cercare di trovare un equilibrio che tenga conto delle attività economiche e dell'interesse dei cittadini».

Simonetti fa notare che è difficile dare dei numeri ma certo l'arrivo di Ikea «ha accelerato la chiusura di molte attività». Melucci ribatte che «chi vuole comprare un mobile Ikea va all'Ikea». L'apertura del punto vendita è «un servizio per i numerosi riminesi che fino allo scorso giugno facevano cento chilometri per andare a comprarsi i mobili low cost». E poi non dimentichiamo che «Rimini è una località turistica ed essere inseriti in cataloghi che vanno in giro per il mondo perché abbiamo il punto vendita dell'Ikea è un bel valore aggiunto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA