

## Negozi oltre il limite dei 19 gradi Porte aperte, il 90% ha lame d'aria

In strada è inverno, dentro i negozi primavera inoltrata.

Non per le collezioni, ma per le temperature ben oltre il tetto di 19 gradi stabilito dal governo ed all'ordinanza del Comune. In compenso le porte sono aperte.

Tema noto e che stride in quest'anno dicrisis energetica. Un giro in due delle principali arterie dello shopping indica però che qualcosa è cambiato. Le porte restano aperte, ma il 90 per cento dei negozi in centro ha adottato le «lame d'aria», le barriere che limitano lo scambio termico tra esterno e interno. L'adozione in massa è avvenuta negli ultimi due anni, ma fatica a estendersi in periferia. Un impianto del genere costa sui 2 mila euro.

Stando a una rilevazione del centro studi ConfCommercio, queste barriere limitano la dispersione fino a 5 volte di più delle porte che si aprono e chiudono continuamente. Il risparmio in termini di CO2 evitata è di 75 kg al giorno per un negozio di 80 metri quadri. Ma vediamo, dunque, le scelte dei negozi. In Corso Vercelli, ieri le porte erano aperte da Swatch e Swarovski, Premier con lame d'aria. E poi a Jacked, Max&Co, Intimissimi, Subdued, Cisalfa, Kiko, Stroli, Sephora, Benetton.

Tutti con lame d'aria, ma con le temperature tra i 20 e i 24 gradi. Chiuse, invece, a Lacoste, Furla, Geox, The Brian and Barry, Zucchi home. In San Babila, porte spalancate da Lego e Guess, con lame d'aria, ma chiuse a Boggi, a The Brian and Barry Building.

Su Corso Vittorio Emanuele, aperte da Sisley, Urban Outfitters, Armani, Pull and Bear, Zara, Yamamay, Nike, tutti con lame d'aria. Ingresso a porte chiuse invece da Twin Set, Michael Kors, Footlocker.

Sulle vetrine di Adidas spicca il cartello «Adidas s' impegna a tenere le porte chiuse per non sprecare energia». Quanto alle temperature, anche in Duomo non si scende mai sotto i 21 gradi. «Una porta chiusa disincentiva l'ingresso, lo dicono ricerche di marketing. Oggi molte attività sono strutturate senza porte. Non è quindi una "mania" dei negozianti - chiarisce Marco Barbieri, segretario di ConfCommercio Milano -. Le lame d'aria sono efficaci. Se poi uno non rispetta la temperatura, si tratta di una violazione dell'ordinanza. Ma i commercianti stessi hanno interesse a pagare meno bollette elettriche e meno gas. E anche a evitare che si ammalinino i commessi». Sul rispetto delle temperature vigila la Polizia Annonaria e Palazzo Marino ha lanciato una campagna di sensibilizzazione rivolta a cittadini e operatori, con un vademecum online. «Il comportamento di alcuni negozi denota poca sensibilità, ma dietro l'avallo delle lame d'aria c'è la responsabilità politica del Comune. Per farle funzionare si consuma altra energia, provocando inquinamento. Dov'è il risparmio?» dice Anna Gerometta, di Cittadini per l'aria, i cui volontari ogni anno, termometro allamano, girano i negozi denunciando le situazioni limite. E a breve ripartirà anche la campagna No2 No

GIOVANNA MARIA FAGNANI



grazie, con cittadini-sentinella per l'inquinamento prodotto dal traffico (ci si può candidare entro il 10 gennaio). Nel frattempo, le spese natalizie danno segnali incoraggianti. Il Ponte di Sant'Ambrogio ha portato un +10% degli acquisti. L'analisi sulla spesa della tredicesima fatta da ConfCommercio parla di un +9,3% rispetto al 2021. «Ma il margine verrà mangiato da un'inflazione al 12%, riducendosi a un +0,3» conclude Barbieri.