

LegnanoNews

Le news di Legnano e dell'Alto Milanese

SPOSTAMENTO DELL'ESSELUNGA DI CASTELLANZA

Redazione · Tuesday, October 26th, 2010

L'Assessore al Commercio e Artigianato di Castellanza, Giovanni Manelli, a sinistra, e il Dott. Mauro Anzini

Questa mattina, nella Sala Giunta del Comune di Castellanza è stata presentata l'indagine che la

 'Società di Ricerca e Pianificazione di Anzini Mauro & C. Snc' di Milano sta conducendo per individuare gli effetti d'impatto commerciale e socio-economico della struttura di vendita Esselunga sita in Viale Borri ang. Viale Piemonte, nella sua nuova veste di Grande Struttura di Vendita-Centro Commerciale, sulla rete distributiva esistente.

Lo studio che non costa nulla all'Amministrazione Comunale è uno dei servizi che il grande supermercato si è accollato nel momento del trasferimento avvenuto qualche anno fa, così come la realizzazione della rotonda e la modifica della viabilità nella zona. Scopo di questo lavoro è verificare, soprattutto nella fascia più anziana della popolazione di Castellanza, come hanno vissuto questo spostamento e quali siano le loro abitudini commerciali per capire come riqualificare la zona.

La ricerca si basa, oltre che sull'elaborazione di dati demografici e commerciali già conosciuti, anche su interviste su un campione di 140 nominativi di residenti ultrasessantacinquenni, articolate sulle abitudini d'acquisto, in quanto si ritiene che tale fascia di popolazione sia quella che è rimasta più colpita dal trasferimento di sede del supermercato Esselunga fino al 2006 ubicato in Corso Sempione/Via Binda.

Alla conferenza stampa erano presenti l'Assessore al Commercio e Artigianato del Comune di Castellanza, Giovanni Manelli, e il Dott. Mauro Anzini incaricato dell'indagine.

R.M.



This entry was posted on Tuesday, October 26th, 2010 at 4:43 pm and is filed under [Cronaca](#), [Legnano](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.