

Dagli agenti immobiliari milanesi arriva una guida per determinare il valore commerciale degli esercizi.

Così saprai quanto vale il tuo negozio

"Tra i tanti elementi che determinano il prezzo di un'azienda - spiega Giovanni Larini, coordinatore dell'iniziativa - i più importanti sono l'incasso, l'ubicazione e il valore di arredi e attrezzature". Il listino predisposto dal Caam, il sindacato milanese della Fimaa, la Federazione aderente alla Confcommercio che rappresenta gli agenti e i mediatori, è la prima e unica pubblicazione del genere in Italia

di **Monica Diamanti**

Guida all'acquisto e alla determinazione del valore commerciale di un esercizio predisposta dagli agenti immobiliari milanesi. Incasso, ubicazione, valore degli arredi i principali indicatori. Caduta dei prezzi intorno al 10% nell'ultimo anno.

Il mercato della compravendita di esercizi commerciali sta dando segnali di ripresa, evidenziando anche alcuni atteggiamenti in contro tendenza rispetto all'andamento registrato alcuni mesi fa.

Ma come si determina oggi il valore di un esercizio commerciale? E quale effetto ha avuto sulla valutazione economica di un'impresa la liberalizzazione del commercio voluta dal ministro dell'industria Pierluigi Bersani? Per rispondere a queste domande è sceso in campo il Caam, il sindacato milanese della Fimaa, la Federazione aderente alla Confcommercio che rappresenta gli agenti e i mediatori immobiliari, predisponendo un borsino sul valore dei negozi. Il listino, coor-

attrezzature sono essenziali. Particolare rilevanza riveste l'incasso, che altro non è se non il risultato della gestione di un'azienda che rispecchia anche tutti gli altri fattori. E' inoltre la base di partenza sulla quale sono

rapporto alla percentuale del venduto (aggio) che spetta al commerciante. Altri elementi importanti nella determinazione del valore aziendale sono le potenzialità di sviluppo dell'impresa, l'affitto e la durata resi-

tive e fortemente specializzate) ma possiamo verificare anche il modificarsi di alcune tendenze del mercato. Dopo la "sbornia" dei centri commerciali, si sta ritornando ad impiantare le attività commerciali all'interno

dei centri storici". E dunque è il posizionamento del negozio, più che la merceologia, ad avere una certa importanza. La stessa tipologia di esercizio commerciale, a parità di redditività, cambia di molto il suo valore a seconda dell'ubicazione in una zona centrale o periferica. E' anche vero che la concentrazione di shopping center a Milano e nei suoi hinterland non ha confronti con altre città italiane, quindi la rivalutazione delle zone centrali nel capoluogo lombardo potrebbe non essere riscontrabile in altre zone urbane italiane. "Più che un incremento nei subingressi - continua Danielli - notiamo una dinamicità nelle nuove aperture. Anche in questo ca-

IL BORSINO DEI NEGOZI

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	(VALORI ESPRESSI IN % SULL'INCASSO ANNUO)		
Agenzie di viaggi	10-15	Elettrodomestici	25-35
Agenzie immobiliari	20-30	Farmacie	90-120
Alberghi pensioni	150-200	Fiorai	30-45
Antiquari	20-30	Informatica	20-35
Articoli sportivi	40-50	Macelleria	20-25
Autofficina	30-40	Mobili	30-40
Caccia e pesca	35-50	Ottica e fotografia	40-55
Casalinghi ferramenta	20-35	Pescherie	20-35
Colorifici	20-25	Scuola guida, pratiche auto	45-60
Dischi e videocassette	30-40	Tessuti, tendaggi	20-25
		Supermercati alimentari	15-20

Fonte: CAAM-FIMAA

stati elaborati i valori del borsino. Attrezzature ed arredi assumono una certa importanza solo per alcune categorie commerciali come i bar,

dua del contratto, la dimensione del locale, il numero delle vetrine. "Il listino predisposto dal Caam e dalla Fimaa - sottolinea Larini - è la prima ed unica pubblicazione nel suo genere in Italia che può aiutare non solo chi intende comprare ad orientarsi tra i valori minimi e massimi del mercato, ma anche gli operatori del settore a determinare il valore di un esercizio".

"La tendenza in atto sul mercato della compravendita di negozi - precisa Mauro Danielli, vicepresidente nazionale Fimaa - è quella di una riduzione dei prezzi che nell'ultimo anno ha oscillato tra il 7 ed il 10%. Questo andamento al ribasso non è attribuibile secondo noi alla riforma Bersani: semmai l'entrata in vigore del provvedimento l'ha semplicemente rafforzata. Possiamo dunque segnalare una generale attenzione al settore commerciale, legata anche alle attese di una maggiore sburocratizzazione non sempre realmente efficace: sembra però di respirare un'aria nuova nei confronti dell'apertura di spazi commerciali e di nuove attività".

Dopo anni di stagnazione del mercato e di chiusure di negozi dunque qualcosa si muove. "Non solo si registrano nuove aperture - precisa Danielli - che senza dubbio apportano una ventata di novità nel modo di fare commercio (apertura di esercizi commerciali con attività innova-

I PIU' VENDUTI

MERCEOLOGIA	VALORE IN % INCASSO ANNUO
Bar tavole calde e fredde	90-175
Pizzerie-trattorie	50-110
Ristoranti	60-100
Giochi e generi di monopolio	270-370
Gelaterie	75-120
Lavanderie	40-80
Panifici-pasticcerie	65-100
Parrucchieri uomo-donna	40-80
Abbigliamento	25-60
Cartoleria-cancellerie	25-60

Fonte: CAAM-FIMAA

dinato dall'imprenditore immobiliare Giovanni Larini, è riferito a Milano e provincia, ma può ugualmente essere considerato un importante indicatore per le principali città italiane. "Molti sono gli elementi che determinano il prezzo di un'azienda - spiega Larini - ma l'incasso, l'ubicazione ed il valore degli arredi e delle

i ristoranti e le attività artigianali, mentre possono essere irrilevanti per una cartoleria". In altre parole il Caam ha determinato il valore di un'azienda indicando le percentuali da applicare sull'incasso annuo sulla base della tabella che viene riportata in pagina. Per le tabaccherie e le edicole invece il prezzo viene definito in