

MERCATO IMMOBILIARE DEI NEGOZI: BENE LE PIZZERIE. MALE LE EDICOLE

Milano - Presentata al Circolo del Commercio di Milano la seconda edizione del "Listino prezzi delle aziende" riguardante il mercato immobiliare milanese per negozi e uffici, realizzato in base alle rilevazioni di oltre 200 operatori professionali del Collegio degli agenti d'affari in mediazione di Milano e provincia (CAAM/FIMA).

Dal nuovo Listino, che riporta i valori delle aziende suddivise per zona e per varie caratteristiche (incasso annuo, ubicazione, stato di conservazione di attrezzature e arredi), emerge in particolare che, rispetto al Listino 1998 i prezzi dei negozi e dei laboratori artigianali sono scesi mediamente del 7/10 per cento soprattutto a causa della crisi dei consumi in determinati settori commerciali.

Gianni Larini, coordinatore del Listino Aziende, ha dichiarato che "aprire un negozio oggi è apparentemente più conveniente ma in realtà la diminuzione dei prezzi è un riflesso della crisi del mercato, anche se, naturalmente, bisogna distinguere tra negozio e negozio e il listino CAAM/FIMAA è molto preciso in tal senso".

Le rilevazioni del Listino sono effettuate sul territorio milanese ma risultano indicative anche per l'andamento del mercato nelle altre maggiori città del paese.

Risultano molto richiesti i negozi di bar, pizzerie e ristoranti, cioè di esercizi per i quali la concorrenza della grande distribuzione si fa poco sentire: per un bar che fatturi 300 milioni l'anno, la spesa possibile oscilla tra 360 e 420 milioni. Per una pizzeria con 500 milioni di fatturato si chiedono 350/540 milioni.

Molto richieste anche le ricevitorie (sia per il boom dei giochi a premio, sia per lo scarso rischio di gestione), le gastronomie più moderne, i panifici, i negozi di piante e fiori, i negozi di software.

In flessione, invece, i prezzi delle edicole (a causa dell'allarme per le vendite sperimentali di giornali in altri punti di vendita), delle lavanderie, dei parrucchieri per donna, dei videonoleggi ("schiacciati" dalle grandi catene), delle cartolerie, dei negozi di abbigliamento periferici.

Claudio Lossa, presidente provinciale CAAM e nazionale FIMAA, ha detto che "il calo dei prezzi non dipende dalla liberalizzazione delle licenze, introdotta dalla riforma del commercio, che è ancora pienamente operativa e di cui non vedremo gli effetti prima di due o tre anni: a noi non risulta un risveglio del commercio tradizionale, anzi. È anche interessante notare che i negozi vengono acquistati sempre più da gente del settore e sempre meno da soggetti provenienti da altri settori produttivi".

Lionella Maggi, vice presidente Caam/Fimaa Milano, ha affermato che "oggi chi vuole aprire una attività commerciale di successo deve cercare di acquistare un negozio sito nel centro storico o in una via commerciale pedonabile e quindi pagare l'avviamento". (Omniapress-25/11/99)