

METTERSI IN PROPRIO/1 • Saldo positivo nei primi sei mesi dell'anno. Ora gli esercizi attivi sono a quota 868mila unità

Sorpresa, in Italia 10 mila negozi in più

di FELICE FAVA

In Italia si aprono più negozi. La liberalizzazione del commercio, introdotta con la legge 114 del marzo 1998, sta cominciando a produrre effetti concreti. Come nel 2000, anche quest'anno prosegue il trend positivo di nuove aperture di negozi.

«La riforma - dice Mauro Danielli, vicepresidente vicario della Federazione italiana agenti d'affari in mediazione - ha dato agli aspiranti commercianti maggiori possibilità per vedere concretizzato il loro progetto imprenditoriale. Con l'abolizione della licenza per i negozi di vicinato (quelli con una superficie massima di 250 metri quadrati) e del registro esercenti (l'abilitazione alla vendita una volta obbligatoria per ottenere l'autorizzazione comunale) si è snellito l'iter burocratico e molti ne hanno approfittato».

Quanti? Secondo i dati dell'Osservatorio nazionale del commercio, istituito dal ministero dell'Industria, nel primo semestre del 2001 sono stati avviati 30.794 nuovi negozi, con un saldo attivo di 9.959 unità, sviluppo che ha portato a 867.986 il numero complessivo degli esercizi attivi nel nostro Paese. I settori merceologici dove si è registrata la crescita maggiore sono l'abbigliamento (più 2.126) e le altre attività legate al commercio specializzato non alimentare (più 1.404), mentre il calo più vistoso si è avuto nel commercio alimentare e soprattutto nel settore delle carni (meno 913).

A livello territoriale le regioni dove sono stati aperti il maggior numero di negozi, rispetto a quelli che hanno chiuso la saracinesca, sono la Campania con un saldo positivo di 1.307 esercizi, seguita dal Lazio (più 553) e dalla Sicilia (più 543). In Lombardia, con 769 esercizi in meno, si è invece avuta la flessione più marcata.

Una spinta verso l'apertura di nuovi esercizi commerciali è venuta dal franchising. «E' una formula basata sull'affiliazione commerciale ormai consolidata sottolinea Adalberto Corsi, presi-

dente di Expo Cts, l'ente fiera organizzatore della rassegna del settore - che consente anche a coloro senza particolari competenze di avviare l'attività, avendo alle spalle un marchio conosciuto». Gli affiliati alle catene, secondo i dati di Assofranchising, sono passati dai 28.242 del 1999 ai 29.488 del 2000, con un incremento del fatturato del 4,7 per cento.

Anche il mercato delle compravendite di piccoli esercizi commerciali continua a mantenersi vivace. «Per le attività liberalizzate - precisa Gianni Larini, dirigente del Caam, il Collegio degli agenti d'affari in mediazioni - il movimento delle contrattazioni è soprattutto legato al fenomeno delle buone uscite, pagate ai vecchi titolari per accaparrarsi le posizioni commercialmente più valide».

«In termini di valore e d'interesse - sottolinea Larini - aumentano le quotazioni delle attività dove occorre ancora la licenza: in un anno i prezzi di bar, ristoranti e alberghi sono saliti del 3-4%. Le edicole, conclusa la fase sperimentale di liberalizzazione, hanno recuperato il calo di valore registrato lo scorso anno, tornando sui livelli del '99. Il mercato mostra un maggiore interesse anche per le autorimesse e i negozi di parrucchiere con annesso centro estetico. Di contro, si accentua l'indifferenza verso negozi d'alimentari, colorifici, casalinghi e ferramenta».

La riforma, abolendo le 14 precedenti tabelle merceologiche, ha diviso gli esercizi in due grandi settori: alimentare e non alimentare. Oggi, volendo, è possibile vendere nello stesso negozio scarpe, orologi e computer, oppure frutta e salumi. Ma a dire il vero non c'è stato entusiasmo per gli accorpamenti di prodotto.

«Per fortuna - sostiene Costante Persiani, segretario generale dell'Unione del commercio di Milano - Perché la specializzazione resta la strada più sicura per affrontare il mercato: chi si avventura in attività commerciali complesse finisce per farlo a discapito della professionalità».



IL «BORSINO» DELLE ATTIVITÀ

(Prezzo dell'avviamento delle attività commerciali a seconda del fatturato realizzato, merce esclusa)

	Spesa possibile (in milioni di lire)	Fatturato annuo (in milioni di lire)
Bar, tavole calde e fredde	360-420	300
Pizzerie, trattorie, ristoranti	350-540	500
Cartolerie, giocattoli	50-80	200
Parrucchiere donna con centro estetico	110-145	180
Gelaterie artigianali	50-60	130
Tinto-lavanderie	120-140	100
Salumerie	45-60	150
Panifici, pasticcerie	200-225	250
Abbigliamento	70-90	230
Articoli sportivi	60-90	200
Autofficine	50-65	160
Casalinghi, ferramenta	30-50	200
Colorifici	25-35	120
Dischi, videocassette	60-80	200
Elettrodomestici	75-105	300
Piante e fiori	35-55	120
Informatica	60-90	300
Frutta e verdura	40-50	130
Calzature e borse	80-90	230
Gioielli e orologerie	105-135	300
Librerie	70-90	200
Profumerie	60-80	200
Cine, foto, ottica	100-140	250
Edicole	240-250	100
Autorimesse	2.500-2.700	1.000
Ricevitorie	600-700	200
Alberghi	1.800-2.400	1.000

Fonte: listino prezzi attività commerciali Fimaa-Caam Milano

Giocattoli e fiori i più accessibili, alberghi al top

Quanto costa un negozio? Il valore dipende da diversi fattori: tipo di attività, posizione, stato di conservazione di arredi e attrezzature. Ma il parametro più significativo è dato dal reale fatturato annuo realizzato dall'azienda. Da alcuni anni, questo indicatore viene preso in debita considerazione da Fimaa-Caam (la Federazione degli agenti d'affari in mediazione e relativo Collegio di Milano e provincia) per realizzare il listino prezzi delle attività commerciali, i cui valori statistici sono il frutto delle reali contrattazioni andate a buon fine negli ultimi tre anni. Nella tabella è descritto l'aggiornamento dei dati relativi a quest'anno, presentato nei giorni scorsi. Per ulteriori informazioni, le persone interessate possono telefonare direttamente allo 02.7750.496.