

VALORE DI MERCATO

Attività più redditizie
Meglio i garage dei bar

di DINO BONDAVALLI

Dimenticate farmacie e bar. Il vero tesoro a Milano sono le autorimesse, il loro valore di mercato è addirittura triplicato.

A PAGINA 48

Crisi: chi guadagna e chi perde

Altro che farmacie Sono le autorimesse i veri tesoretti

Il valore di mercato di un garage in centro arriva fino al triplo dell'incasso annuale. A picco profumerie e agenzie di viaggio

DINO BONDAVALLI

■ ■ ■ Altro che bar o farmacie. Quando si tratta di vendere un'attività commerciale e monetizzare il suo valore, a Milano la vera gallina dalle uova d'oro sono le autorimesse.

Potrà anche sembrare strano, soprattutto se si pensa che per gestire un garage non servono grossi investimenti in attrezzature e arredi né tecnologie sofisticate, eppure, a parità di incasso, una semplice autorimessa può valere il doppio di una farmacia o di un bar ben avviato. È quanto emerge dall'analisi del Listino il prezzo delle aziende di Fimaa, la Federazione italiana mediatori e agenti d'affari, che ha messo in evidenza come il valore di mercato di un'autorimessa arrivi fino al 300% del suo incasso annuale al netto dell'Iva.

Complice la penuria di parcheggi e la difficoltà di trovare uno spazio coperto in cui lasciare la propria auto, a Milano il valore di un garage che incassa - per ipotesi

- 200 mila euro all'anno, può arrivare fino a 600 mila euro. Una cifra molto più alta di quella necessaria per acquistare una farmacia o un bar che facciano gli stessi incassi, per i quali sarebbero sufficienti al massimo 320 mila euro, con la possibilità di spendere anche la metà nel caso di una posizione o dimensione non particolarmente appetibili.

Somme che riguardano semplicemente l'avviamento, e che escludono quindi il costo per l'acquisto o l'affitto degli spazi in cui esercitare l'attività, e che in certi settori rimangono molto alte nonostante dal 1998 le licenze per le attività commerciali (a eccezione di bar e ristoranti) siano state liberalizzate. Se quello dei garage è forse il caso più eclatante, tra chi ha mantenuto un valore di mercato particolarmente elevato ci sono infatti anche le edicole e gli alberghi, che - ipotizzando gli stessi 200 mila euro di incassi annui - possono arrivare a costare rispettivamente 460 mila e 600 mila euro.

Non solo. Tra le attività con va-



lore più alto ci sono anche quelle che vendono i generi di monopolio, come le tabaccherie e le ricevi-

PARCHEGGI IN CITTÀ

L'immagine di un'autorimessa meneghina. La sorpresa è che in città un garage come questo, a parità di incasso, vale più di una farmacia. [Fig.]

NATI

torie, che a fronte di un utile lordo ipotetico di 200 mila euro possono raggiungere un costo di 600 mila euro. Una cifra che la maggior parte degli esercizi si sogna, soprattutto ora che la crisi ha ridotto i fatturati anche in molti negozi ben avviati. «Attività come le profumerie, le cartolerie o i negozi di ferramenta sono ai minimi storici. - spiega Gianni Larini, coordinatore del Listino Fimaa - Chi rileva l'esercizio paga giusto gli arredi e il fatto di entrare in un negozio già operativo, arrivando al 20-30% degli incassi».

E le cose vanno anche peggio per le agenzie di viaggio, che valgono al massimo il 12% del fatturato. Nonostante a Milano nell'ultimo anno ci sia stato molto movimento, «perché chi rimane senza lavoro spesso prova a buttarsi nel commercio - sottolinea Larini -, scontrandosi però con un settore nel quale le possibilità di avere successo sono poche».