

Una radiografia delle attività principali dopo il varo della riforma

Come cambia il commercio meno edicole, resiste il bar

FRANCESCA BASSO

NEGOZI di telefonini e gastronomie in aumento, edicole e macellerie in ribasso: cambia la mappa del commercio a Milano e, se non ci sono scossoni rispetto ai dati del 1999, quello attuale è un panorama in trasformazione, in cui chi ha la peggio è il dettagliante senza particolari competenze. A rivelarlo è la terza edizione del Listino dei prezzi delle aziende, pubblicato dalla Federazione italiana mediatori agenti d'affari (Fimaa) e dal Collegio agenti d'affari in mediazione (Caam) di Milano. L'opuscolo fornisce una serie di dati, la cui combinazione permette di stabilire il prezzo medio di mercato di locali pubblici, negozi e attività artigianali del capoluogo lombardo: incasso, posizione e valore degli arredi e delle attrezzature, insieme al rapporto tra domanda e offerta, permettono di valutare il valore di un esercizio commerciale.

«È interessante constatare come la riforma del commercio, che dà la possibilità di trattare ogni prodotto senza più il bisogno della licenza, non abbia influenzato le attività storiche, co-



L'edicola è una delle attività in ribasso insieme alle macellerie

me cartoleria, abbigliamento e profumeria», ha spiegato Gianni Larini, coordinatore del Listino del Caam, presentando i risultati della ricerca. «La paura della riforma - ha aggiunto - si è fatta invece sentire sulle edicole: la domanda è in calo, contro un'offerta sostenuta. Eppure la vendita sperimentale dei giornali nei bar e nei grandi supermercati pare non abbia comportato perdite per gli edicolanti». Ma non è il so-

lo dato che stupisce. Infatti, nonostante la febbre da gioco dilaghi, è in crisi «il sogno del Monopolio», come lo ha definito Larini: sono in ribasso le ricevitorie storiche del lotto.

«Acquistarle non conviene più, si spende meno ad aprirne una nuova. A Monza, ad esempio, qualche anno fa c'erano tre o quattro ricevitorie, ora sono oltre quaranta e il valore di quelle "storiche" si è dimezzato». Cambiano

le abitudini dei milanesi e il commercio lo registra. Pochi pensano che sia vantaggioso aprire una merceria oppure una macelleria, mentre sale il valore delle gastronomie, specie se si trovano nel centro storico o sulle vie più frequentate. Resiste la domanda di bar e ristoranti: quest'ultimi interessano soprattutto egiziani, cinesi e indiani, che riescono ad ammortizzarne i costi con una gestione di tipo familiare. I nego-

zi di articoli sportivi collegati a catene e marchi importanti cercano nuovi spazi, così come le autorimesse di grandi dimensioni. I negozi di telefonini spuntano un po' ovunque, spesso soppiantando negozi di giocattoli o boutique di abbigliamento.

«Senza un'organizzazione o un marchio alle spalle, che fornisca l'organizzazione e la programmazione - spiega Larini - ormai i piccoli commercianti di

periferia hanno poche speranze di sopravvivere. Chi vuole aprire un nuovo negozio preferisce farlo ex novo, piuttosto che pagare la "buonuscita". Ma così la concorrenza si fa più serrata. In centro città la situazione è diversa. Va a ruba la posizione: un negozio può essere anche in perdita, ma ciò che conta, al momento della vendita dell'esercizio, è il numero delle vetrine e l'esclusività del luogo».

IL "BORSINO" DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI GIÀ AVVIATE A MILANO E PROVINCIA



abbigliamento
domanda: debole, orientata verso le posizioni esclusive
offerta: elevata in posizioni di minor interesse commerciale



bar - tavole fredde
domanda: interessante per i locali in posizioni strategiche
offerta: eccedente la domanda



salumerie - gastronomie
domanda: contenuta, mirata
offerta: in esubero



edicole
domanda: in calo
offerta: sostenuta, in crescita



bar - tavole calde
domanda: discreta
offerta: soddisfa la domanda



giocattoli
domanda: inconsistente
offerta: sostenuta



merceria
domanda: debole
offerta: eccedente la domanda



pizzerie - trattorie
domanda: debole, mirata alle aziende a conduzione familiare
offerta: contenuta



alberghi
domanda: elevata
offerta: scarsa



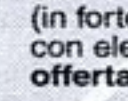
giochi (lotto, enalotto, totocalcio, totip, tris) e generi di monopolio
domanda: sostenuta (in forte calo il lotto con elevati incassi)
offerta: contenuta



parrucchieri donna
domanda: debole
offerta: in esubero attività a basso reddito



autorimesse
domanda: elevata per grandi metrature
offerta: sostenuta per piccole metrature



droghe
domanda: scarsa
offerta: in esubero



farmacie
domanda: elevata
offerta: scarsa

CM