

il Cittadino

201

Settimanale di Monza

Sped. in abb. post. n. 2/1987 - art. 1, comma 209 - legge 462/87

2-11-99

NUOVA GUIDA. Giovanni Larini illustra l'iniziativa

Borsino immobiliare, «uno strumento per un mercato sempre più trasparente»

Per Giovanni Larini, coordinatore dell'iniziativa editoriale ed operatore immobiliare monzese, si tratta di uno «strumento importante perchè darà più trasparenza al mercato». Ad illustrare con chiarezza le dinamiche e le tendenze del settore, insomma, dovrà adesso provvedere «Il listino dei prezzi delle aziende. Esercizi pubblici, commerciali ed artigiani di Milano e dei principali Comuni della Provincia». La guida, promossa dal Collegio Agenti d'Affari in Mediazione di Milano e Provincia e dalla Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari, è stata ufficialmente presentata venerdì scorso a Milano. Il listino, stilato grazie ai dati raccolti da una rete di agenti rilevatori, prende in esame tre categorie di aziende: le attività commerciali, quelle artigianali e gli esercizi pubblici. «Fino ad oggi - commenta Giovanni Larini -, chi voleva acquistare un'azienda, non aveva punti di riferimento. Questo listino, invece, vuole appunto rappresentare una guida utile per tutti: acquirenti, venditori ed operatori del settore». Il comparto, tra l'altro, sta attendendo che, dal maggio 1999, entri integralmente in vigore la legge di riforma delle attività commerciali. Il

listino vuole dunque costituire, in un settore in rapida evoluzione, un valido punto di riferimento. E, nello stesso tempo, un mezzo per evitare il rischio della moltiplicazione di esperti improvvisati. Il neonato listino, a differenza di quello relativo al prezzo degli immobili, non prevede divisioni per zone o comuni. In questo caso, invece, vengono presi in considerazione gli elementi che sostanzialmente determinano il prezzo di un'azienda: l'incasso, l'ubicazione, il valore degli arredi e delle attrezzature. Poichè il valore degli arredi incide in maniera notevole nel valore di alcune aziende (bar e ristoranti, per esempio), il listino prevede appositamente due livelli d'identificazione: uno riferito alle attrezzature con un'età inferiore ad otto anni, l'altro relativo a quelle con un'anzianità superiore agli otto anni. Il prezzo potenziale viene appunto fissato in base a questi parametri. Ulteriori fattori, ad ogni modo, devono poi essere presi in esame per una «centratu- ra» più precisa del prezzo: il canone di locazione, le potenzialità di sviluppo dell'azienda, il numero delle vetrine e la dimensione del locale.

Scr. Gian.