

Monza, centro triangolo d'oro del commercio: per affittare almeno 40mila euro all'anno

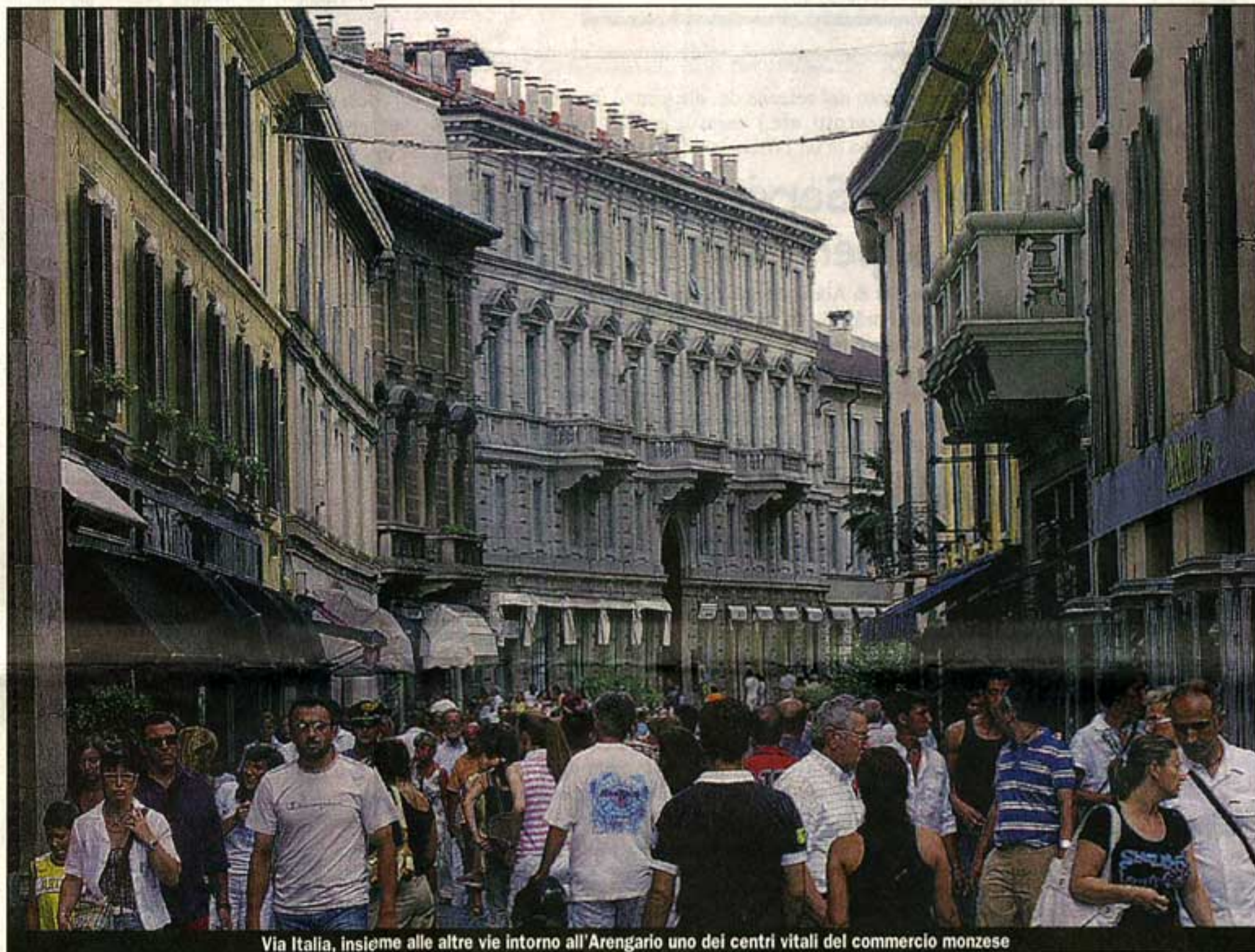
Vie Italia, Carlo Alberto, Vittorio Emanuele: in caso di vendita dei negozi solo lì è possibile spuntare la «buonauscita»
Stazionari i numeri dei pubblici esercizi ma gli incassi di bar e ristoranti sono diminuiti del 10 e del 20 per cento circa

MONZA C'era una volta la buonuscita. La somma, cioè, che chi è all'interno di un negozio riceve per lasciarlo libero, a favore di una persona che può anche avviare un'attività diversa. Una pratica che, a Monza, è sempre meno diffusa: si è infatti fortemente ristretto il numero delle vie cittadine «appetibili» sotto questo punto di vista. Anche perché, nello stesso periodo, sono cresciuti gli affitti e le spese per il personale. I potenziali acquirenti sono quindi disposti a riconoscere la buonuscita solo a un limitatissimo via di elevato interesse commerciale. In cima alla classifica, c'è via Italia. Poi, vengono via Carlo Alberto e via Vittorio Emanuele. Il tratto maggiormente appetibile di via Carlo Alberto è quello vicino all'Arengario. I negozi più interessanti di Via Vittorio Emanuele sono quelli tra l'Arengario e il Ponte dei Leoni. Le tre vie del centro storico, nonostante il momento difficile del settore, si confermano comunque il piccolo triangolo d'oro del commercio monzese. Una posizione d'indiscusso privilegio confermata anche dai canoni di affitto, che qui toccano mediamente quota 40.000 euro all'anno. Per un negozio di 70/100 metri quadri situato nelle posizioni più esclusive delle tre vie «auree», un nuovo contratto può appunto partire da quota 40.000 per arrivare a 100.000 euro. Cifre che, comunque, vengono richieste anche per l'affitto di un negozio posizionato all'interno di un centro commerciale. Le tre vie spiega Gianni Larini, operatore immobiliare monzese, curatore del listino dei prezzi delle aziende elaborato dalla Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari Milano - rimangono comunque il centro vitale del commercio monzese, pur tra le difficoltà che

permano da tempo. A Monza, il commercio dei prodotti non alimentari è lì». In città, intanto, resta sostanzialmente stazionario il numero dei pubblici esercizi: nel 2000, nel 2001 e nel 2002 erano, rispettivamente, 393, 400 e 398. Nel 2006, erano 400. Questo tipo di attività, tra l'altro, gode ancora di una sorta di contingentamento legata al mantenimento della licenza. La legge regionale del 2003 ha però unificato le tipologie, riducendole da quattro a una. La gestione di un bar o di un ristorante, in ogni caso, resta un potenziale affare per molti. Anche se negli ultimi dieci anni gli incassi di bar e ristoranti sono diminuiti, rispettivamente, del 10-20% e del 20-30%. Adesso, un bar che incassa 300.000 euro all'anno, può valere dai 360.000 ai 500.000 euro. Un piccolo ristorante che ha lo stesso incasso, può costare dai 200.000 ai 270.000 euro. La cifra varia a seconda dell'ubicazione, degli arredi e delle attrezzature.

Sergio Gianni

Larini, curatore listino prezzi Federazione mediatori: «Le tre vie nucleo vitale della città»



Via Italia, insieme alle altre vie intorno all'Arengario uno dei centri vitali del commercio monzese

IL COMMENTO

Grande distribuzione, qualcuno ci convive

MONZA Il pubblico esercizio piace sempre. Anche se questa tipologia di attività ha registrato, nell'ultimo decennio, una diminuzione degli incassi e dei valori. Un fenomeno che ha riguardato Milano e l'intera provincia. «Da operatori che hanno un'esperienza trentennale nella zona - riconosce l'operatore immobiliare monzese Gianni Larini -, abbiamo registrato come, 10 anni fa, nella maggior parte dei casi, le valutazioni delle stesse aziende fossero superiori». Nel capoluogo milanese, comunque, nel 2006, erano state 874 le domande per aprire un bar. Le nuove aperture effettive sono state 44, ma, fatti salvi i requisiti igienico-sanitari, le domande potenzialmente accettate dovrebbero essere circa 300. Sempre a Milano, del resto, il numero dei pubblici esercizi è in crescita: nel 2006, erano 6.150. Un anno prima, erano 6.116. L'aumento è stato dello 0,6%. Questo specifico comparto del commercio è comunque caratterizzato da una forte mobilità: Ogni anno, mediamente, a Milano viene ceduto il 18-20% di bar e ristoranti. Una percentuale sostanzialmente riscontrabile nella nostra provincia, come nel resto d'Italia. «La gestione di questo tipo di esercizi - sottolinea Larini - è molto faticosa. Si tratta di un impegno che lascia poco spazio alla vita privata. Ora, oltretutto, bar e ristoranti possono restare aperti sette giorni su sette. L'attività assicura soddisfazioni e garanzie, ma la fatica si accumula. Può così succedere che una persona, dopo aver terminato di pagare il locale in cinque o sei anni, ceda quest'attività e ne apra un altro nello stesso settore». Il listino dei prezzi delle aziende - esercizi pubblici, commerciali ed artigianali «fotografa» anche la quantità di domanda e offerta. Le attività commerciali di minor interesse sono quelle che entrano in concorrenza con la grande distribuzione. «Ci sono comunque dei commercianti monzesi - conclude Larini - che hanno aperto dei negozi all'interno di centri commerciali. Ma questo dinamismo riguarda solo un ristretto numero di persone. La maggior parte, ora, gioca in difesa ed è estremamente attenta nel rinnovarsi. Una volta, invece, erano di più quelli disposti a investire nel futuro».

S.G.

Negozzi a Monza			
Esercizi di vicinato (da 0 a 250 metri quadrati)	Medie strutture di vendita (da 251 a 2.500 metri quadrati)	Grandi strutture di vendita (sopra 2.500 metri quadrati)	Settori
<p> Alimentari 289</p> <p> Non alimentari 1.390</p> <p> Merceologia mista 35</p>	<p> Esercizi singoli 108</p> <p> Centri commerciali 0</p>	<p> Esercizi singoli 4</p> <p> Centri commerciali (da realizzarsi) 1</p>	<p> Parrucchieri donna 166</p> <p> Parrucchieri uomo 150</p> <p> Studi estetici 102</p> <p> Pubblici esercizi (bar, ristoranti) 400</p>

Fonte: Ufficio Commercio Comune, dati al 31 marzo

CENTIMETRI

LA SCHEDA

Ecco l'iter per aprire

Gli esercizi di vicinato hanno una superficie fino a 250 metri quadri. La procedura per l'avvio di quest'attività è piuttosto semplice: basta infatti una comunicazione, anche via posta elettronica, al Comune. Più complesso è l'iter per le medie strutture di vendita (da 251 a 2.500 metri quadri): in questo caso, al Comune va chiesta l'autorizzazione commerciale (l'ex licenza). Va inoltre elaborata la pianificazione di natura urbanistica commerciale. Va verificato l'impatto dal punto di vista viabilistico e occupazionale. Le grandi strutture di vendita hanno una superficie superiore a 2.501 metri quadri. L'autorizzazione è sempre comunale, ma è prevista anche la conferenza dei servizi in Regione, con Provincia, Comuni, consumatori, commercianti.