

GIOVEDÌ 12 DICEMBRE 2002 **21**

## NEGOZI/2

### Abbigliamento, settore «padrone»

I negozi di abbigliamento sono sempre più i "padroni" del centro cittadino. Anche perché, grazie al contratto di franchising, importanti società possono assicurare l'adeguato supporto e la giusta consulenza ai neoimprenditori del commercio. A Monza, comunque, resta sempre alto, come del resto a Milano e provincia, l'interesse nei confronti dei pubblici esercizi. Un'attività, quest'ultima, che resta comunque soggetta a contingentamento. Nel 2000 e nel 2001, non per niente, sono state complessivamente quattro le cessazioni. Il comparto, al contrario, registra sempre un'elevata turnazione: nel 2000, le aperture ed i subingressi sono stati, rispettivamente, 8 e 48 su un totale di 393 esercizi. Un anno dopo, i subingressi erano saliti a 61 di fronte ad una sola apertura. Nel 2002, i pubblici esercizi cittadini avevano raggiunto quota 398. L'appetibilità si riflette sulle valutazioni: per un bar tavola calda-fredda che incassi annualmente 150.000 euro, il valore di cessione dell'azienda va dai 180.000 ai 220.000 euro. Per un ristorante pizzeria (incasso annuo 200.000 euro), il valore è compreso tra i 120.000 e i 200.000 euro. "La gestione di pubblici esercizi come bar e ristoranti - spiega Gianni Larini, operatore immobiliare monzese e coordinatore del gruppo di rilevatori Fimaa Milano che ha realizzato il listino aziende 2002 - è estremamente impegnativa. Ecco perché esiste un ricambio elevato. Chi lavora in questo settore, ad ogni modo, trova spesso entusiasmo nell'avviare successivamente un'attività simile. Anche perché qui c'è una concorrenza con la quale si può competere. I pubblici esercizi sono distribuiti su tutto il territorio comunale. Moda ed accessori, invece, hanno monopolizzato il centro cittadino. In questo caso, la concorrenza è la grossa distribuzione. Il negozio di abbigliamento ha interesse solo se si trova in una via di grosso interesse commerciale. A Monza, i negozi di accessori di abbigliamento e le camicerie sono l'espressione di ciò che è successo dopo la riforma del commercio". In ripresa le edicole: il settore, infatti, ha superato i timori legati alla sperimentazione delle vendite di giornali e riviste in altri esercizi commerciali.

Ser. Gian.