

# IL GIORNO

Borsino Pubblicato il «Listino dei prezzi»: sale la richiesta per i centri di telefonia, in calo le macellerie

## Negozi mio, quanto mi costi!

di Albina Olivati

Negozi. Quanto valgono? Quali sono i più richiesti? Le risposte sono nella terza edizione del "Listino dei prezzi delle aziende" redatto dal Caam (Collegio agenti d'affari in mediazione di Milano e provincia) e dalla Fimaa (Federazione italiana mediatori agenti d'affari). I valori rilevati sono sostanzialmente stabili rispetto all'anno scorso, ma con variazioni significative riguardo alcune tipologie commerciali.

Ad esempio, è evidente il ribasso della domanda di edicole e questo è causato dal timore che ha scatenato la vendita sperimentale di giornali e riviste, in altri esercizi. Calo anche alla voce ricevitorie storiche del lotto, che risentono della concorrenza delle numerose licenze concesse di recente. Richiesta scarsa pure per mercerie e macellerie. In difficoltà il piccolo abbigliamento. La ragione di tutto questo è la concorrenza della grande distribuzione.

Aumentano invece le richieste per i negozi di articoli sportivi, se collegati a catene e marchi importanti, per gli alberghi in regola con le norme comunitarie alle voci igiene e sicurezza, e per le autorimesse con almeno 180-200 posti auto. Ma sono investimenti per chi ha soldi. In crescita il valore delle gastronomie che si trovano nel centro storico e nelle vie popolose. Dichiarano successo anche dei negozi di telefonini.

«Esercizi pubblici e bar non hanno avuto problemi dalla riforma del commercio. Le li-

cenze qui esistono ancora e poi il barista è un'attività che dà la possibilità di emergere» spiega Gianni Larini, coordinatore del Listino e del gruppo di rilevazione. «Nella ristorazione — continua — è già più difficile perché occorre maggiore specializzazione e parecchio personale. Il titolare di solito ha mansioni chiave. I ristoranti sono più interessanti per gli stranieri come cinesi ed egiziani, per via del costo del lavoro».

Ci sono botteghe che spariscono dalla circolazione, in alcuni quartieri diventa drammatico trovare un fruttivendolo.

«Quando si legge il bilancio delle aperture e delle chiusure delle aziende, per capire cosa sta realmente succedendo bisogna entrare nei particolari. Chiudono i piccoli negozi e al loro posto subentrano aziende che avrebbero aperto indipendentemente dalla riforma del commercio, come centri di telefonia, agenzie immobiliari, franchising legati a settori di servizio. Il franchising ha riempito molti spazi vuoti».

Un argomento che riguarda i negozi e che un tempo veniva nominato a mezza bocca, è la buonuscita, oggi è entrata a pieno titolo nelle trattative di cessione. «Grossi gruppi — spiega Larini — pagano cifre importanti per avere una posizione di prestigio, in zone tipo Vittorio Emanuele, Buenos Aires e in certi punti di corso Vercelli, si va dai 600 ai 700 milioni di buonuscita, per vetrina. Con la riforma chi era forte è più forte e chi era debole è sparito».

### Alberghi e garage i veri affari

