

QUANTO COSTA comprare un'azienda del fuoricasa

di Christina Franzoni e Pietro Fortunato

La crisi economica generale non sembra aver inciso più di tanto sul mercato dei pubblici esercizi. Nonostante la forte frenata nei consumi, aprire un ristorante, un bar, una pizzeria o un albergo rappresenta ancora un buon investimento. A patto però di pagare il giusto prezzo. Quale? Molte indicazioni vengono dalla Fimaa (Federazione italiana mediatori agenti d'affari) di Milano, che da cinque anni redige il Listino dei prezzi delle aziende. "L'idea è nata - spiega Giovanni Larini, ideatore e coordinatore del progetto - per venire incontro alle esigenze di chi voleva acquistare un'azienda del fuoricasa e aveva la necessità di disporre di un indice per orientarsi nella scelta". Pertanto, al pari di un immobile o di un'auto, anche per le licenze per la somministrazione di cibi e bevande esiste

I più richiesti in tutta Italia sono i bar tabacchi e i bar tavola calda. Ma, oltre alla domanda, sono molti i fattori che determinano il valore di un esercizio. Ecco i parametri da considerare.

un preciso valore di mercato. "Gli elementi che determinano il valore di un'azienda sono svariati - precisa Larini -. Quelli che più incidono sul prezzo di vendita sono, oltre all'incasso annuo, l'ubicazione dell'attività e il valore commerciale degli arredi e delle attrezzature che vengono vendute insieme alla licenza". Ma se conoscere l'incasso dell'esercizio precedente non rappresenta di solito un problema, più difficile è stabilire se l'attività che si intende rilevare sorge o meno in una buona posizione. "Il fatto che un'attività sorga in quello che viene comunemente definito centro non ha nulla a che vedere con la rilevanza della zona per il proprio business - commenta Larini -. Per questo nello stabilire l'importanza della localizzazione viene tenuto conto del bacino di utenza e della sua qualità, che deve essere funzionale all'attività scelta". Perciò, nel caso di un bar tavola fredda, per esempio, può essere considerata zona primaria anche una strada periferica, ma con molti uffici nei paraggi, che possa contare su un buon numero di clienti

PIZZERIE

Sono troppe, i prezzi calano

Sono in ribasso le quotazioni delle pizzerie, il cui mercato dopo il boom degli scorsi anni adesso risente di una fase di saturazione. "Ce ne sono troppe - commenta Alberto Pistone, Fimaa Roma - specie di quelle al taglio". "Negli ultimi 5 anni la domanda di pizzerie e

trattorie è divenuta sempre più debole e oggi è orientata per lo più ad aziende a gestione familiare - conferma Giovanni Larini, Fimaa Milano - ma a Milano si registra ancora un discreto interesse per le pizzerie d'apporto, soprattutto per quelle ben avviate".

