

l'intervista



Gianni Larini, coordinatore del Listino

Come di consueto la Federazione italiana mediatori agenti in affari (Fimaa) ha pubblicato il listino annuale dei prezzi delle aziende commerciali, artigianali e degli esercizi pubblici. E' una fetta di mercato a sé stante e per questa ragione esistono agenti specializzati solo in questo settore. Le problematiche da affrontare sono ben diverse da una compravendita residenziale sia a livello legislativo, fiscale e soprattutto di valutazione. "Le valutazioni - spiega Gianni Larini, coordinatore del Listino e del gruppo di rilevazione - per uno spazio commerciale vanno sempre giudicate in base alla posizione e all'affaccio delle vetrine su strada". In base alle statistiche sono parecchi i negozi che chiudono i battenti per lasciare posto a grandi spazi commerciali o alle catene in franchising.

"A Milano le aziende - prosegue Larini - vengono pagate in modo differente rispetto ad altre parti d'Italia. Si versa un anticipo del 20-25% e la somma rimanente viene diluita in base alla capacità di rimborso giudicata dal rendimento dell'azienda stessa". Per questo motivo il prezzo delle aziende a Milano e hinterland è decisamente differente rispetto al resto della nazione.

Ma quali sono le aziende più richieste per il rendimento? In generale i bar e le ricevitorie. A Milano e nei principali comuni della provincia la richiesta di panifici e pasticcerie è sostenuta e l'offerta soddisfa la domanda. Le pizzerie da

ANCHE LE AZIENDE HANNO UN PREZZO

asporto presentano un'offerta sostenuta e la domanda è discreta in particolare per attività ben avviate. Mentre le salumerie e gastronomie hanno un'offerta in esubero rispetto a una domanda piuttosto contenuta e mirata.

Le edicole con chiosco fanno registrare una domanda in calo, mentre l'offerta è superiore, probabilmente in seguito alla nuova legge che permette la vendita di giornali anche nei supermercati e nei bar. Esiste una notevole richiesta di autorimesse di grandi metrature determinata dalle esigenze sempre maggiori di posti auto. Elevata è anche la domanda di alberghi e pensioni che però presentano un'offerta scarsa.

Inutile dire che i negozi più appetiti sono quelli posizionati in centro e nelle vie di maggior passaggio pedonale. Il valore scende anche di molto a un solo isolato di distanza.

Anna Zarini