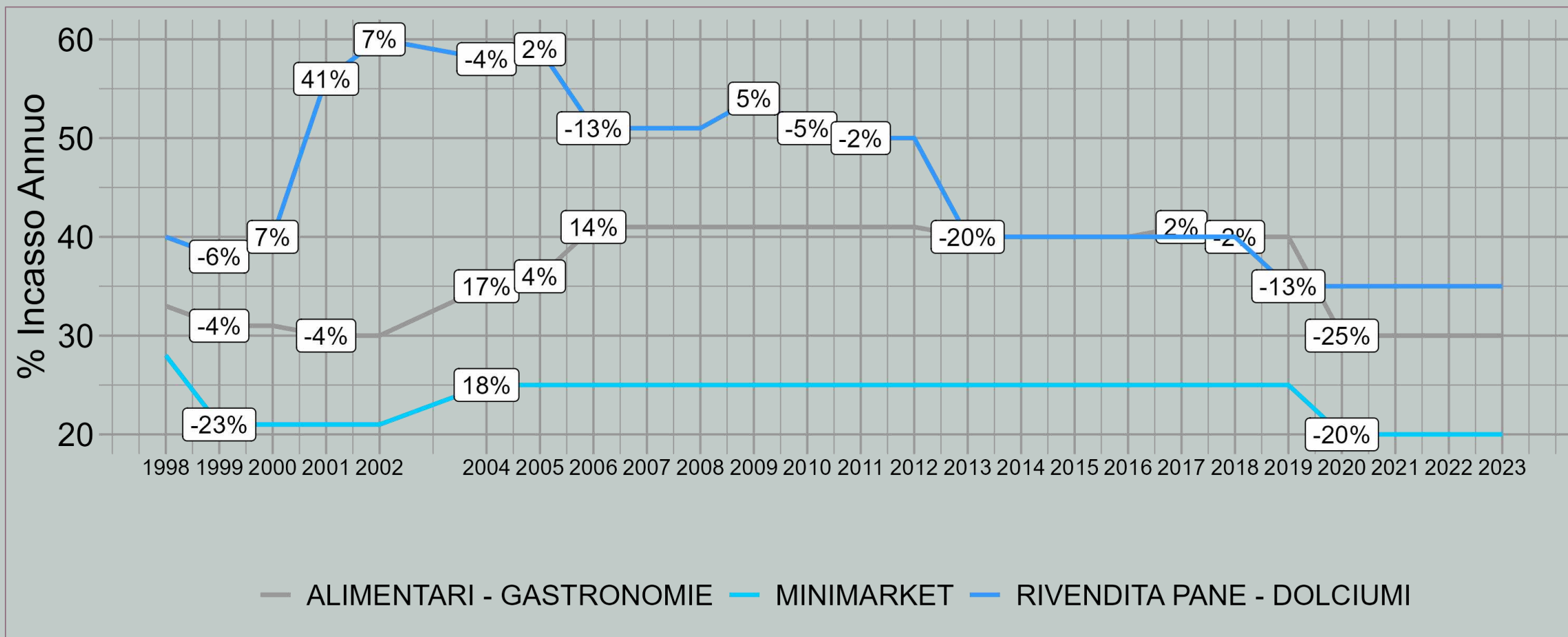


LE IMPRESE ARTIGIANE A MILANO (2)

VALORE DELLE COMPRAVENDITE
TRA IL 1998 E IL 2023

- Nel grafico precedente abbiamo raggruppato altri tre gruppi di imprese artigiane: 1) Parrucchieri donna 2) Centri estetici 3) Lavanderie
- Si specifica che le rilevazioni dei centri estetici hanno avuto inizio nel 2001
- **Parrucchieri da donna:** hanno avuto buone valutazioni commerciali tra il 75 e 80% nei primi 10 anni degli anni 2000. Poi con l'eliminazione da parte dei comuni di alcuni vincoli alle nuove aperture, si è registrato un calo di interesse ad acquistare attività già avviate e il conseguente calo dei valori
- **Centri estetici:** fino agli inizi degli anni 2000 queste aziende erano spesso sinergicamente legate alle attività di Parrucchieri da donna, e quindi i loro valori commerciali venivano condivisi. Negli anni successivi, autonomamente, hanno avuto un buon interesse commerciale, con un andamento dei valori altalenante, legato anche alle nuove proposte di trattamenti estetici.
- **Lavanderie:** alla fine degli anni novanta il valore di queste aziende raggiungeva il 70% degli incassi di un anno. Attività ben avviate e soprattutto con buone attrezzature, generavano interesse all'acquisto. Nei successivi 15 anni si è registrato un calo dei valori, fino a raggiungere valori minimi del 35%

ESERCIZI COMMERCIALI ALIMENTARI

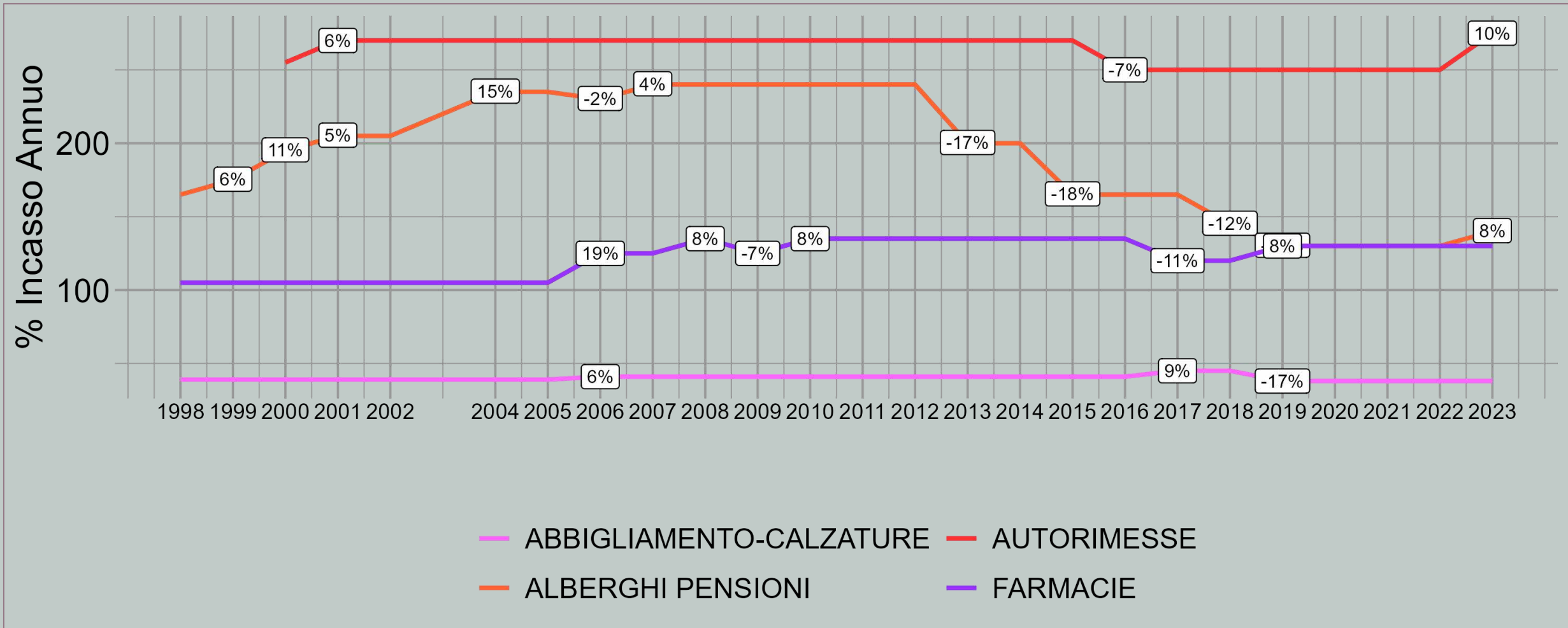


ESERCIZI COMMERCIALI ALIMENTARI A MILANO

VALORE DELLE COMPRAVENDITE
TRA IL 1998 E IL 2023

- Nel grafico sugli esercizi commerciali alimentari abbiamo diviso le attività in: 1) Alimentari 2) Minimarket 3) Rivendite di pane
- Il valore commerciale di queste attività è storicamente tra i più bassi: tra il 20 e il 60% dell'incasso annuo
- **Rivendite pane:** hanno avuto una buona crescita nei primi 2000, anche oltre il 60% dell'incasso annuo, poi un decennio in lieve flessione e un ulteriore calo fino al valore attuale del 35%, rimasto costante negli ultimi anni
- **Alimentari-gastronomie:** queste attività, pur con valori modesti, hanno avuto una crescita significativa all'inizio degli anni 2.000, che si è stabilizzata per una quindicina di anni. Nell'ultimo periodo hanno registrato un calo del 25%
- **Minimarket:** sono attività con consistenti volumi d'affari e ridotti ricarichi sui prodotti. Pertanto il valore commerciale, costante nel corso degli anni, tra il 20 e il 30%, rapportato al volume d'affari, produce prezzi di vendita considerevoli.

ESERCIZI COMMERCIALI NON ALIMENTARI

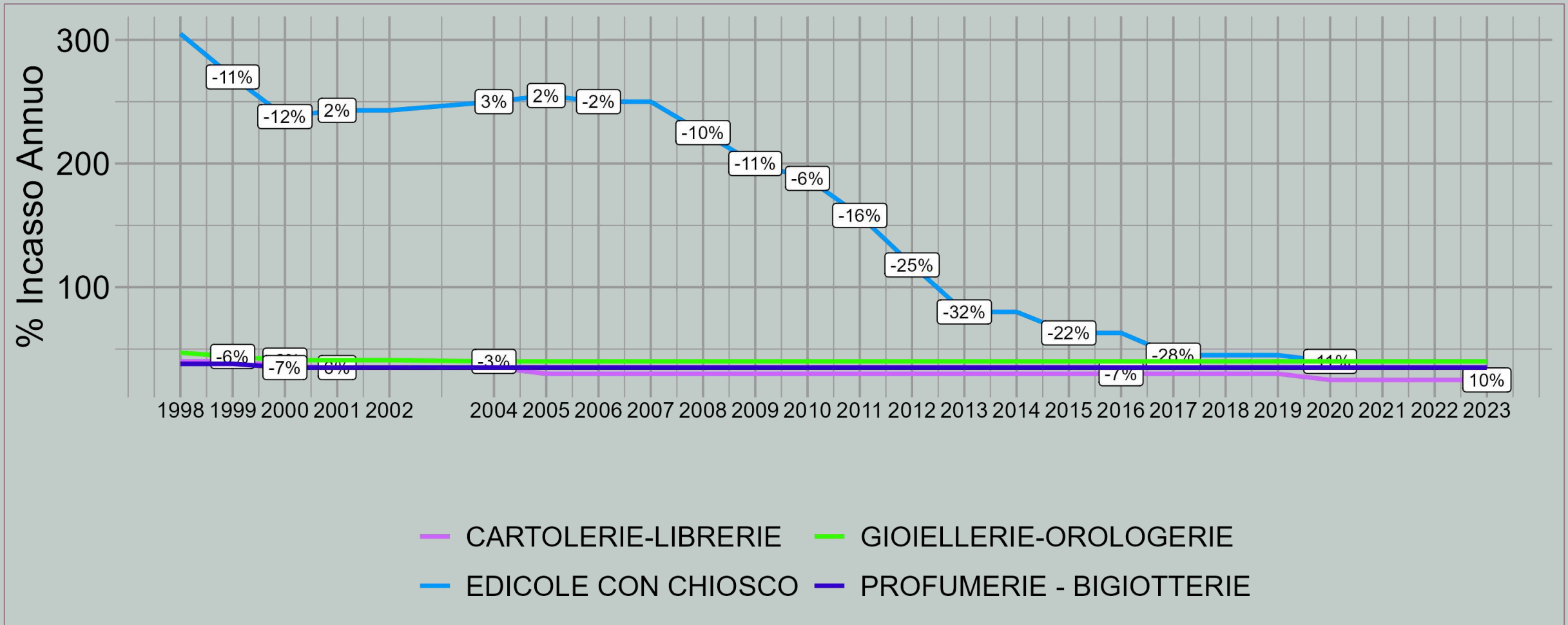


ESERCIZI COMMERCIALI NON ALIMENTARI A MILANO

VALORE DELLE COMPRAVENDITE
TRA IL 1998 E IL 2023

- Nel grafico sugli esercizi commerciali non alimentari abbiamo diviso le attività in un primo gruppo: 1) Abbigliamento 2) Alberghi 3) Autorimesse 4) Farmacie
- Sono le attività di maggior valore commerciale riportate nel listino aziende
- **Abbigliamento-calzature:** sono le attività di maggior presenza nelle vie commerciali delle nostre città; molte aperture, chiusure e trasformazioni, le più interessate ad investire nelle posizioni esclusive, pagando le cosiddette buonuscite. Nelle posizioni secondarie, nei 25 anni presi in considerazione, abbiamo registrato valori contenuti, abbastanza stabili
- **Alberghi:** aziende di elevato interesse commerciale. Registrano una crescita dai primi anni 2000, e una riduzione dei valori iniziata gradualmente dal 2012, andandosi a stabilizzare dal 2019 in poi (lieve risalita del +8% tra il 2022 e il 2023)
- **Autorimesse:** sono aziende molto richieste perché hanno mediamente elevati ricavi con bassi costi di gestione. I valori commerciali sono molto positivi e stabili, con pochissimi cali. Una buona crescita nei primi 2000, e una lieve flessione dal 2015. Dal 2022 un ulteriore aumento di valore
- **Farmacie:** tra le attività più ambite, la richiesta di acquisto è storicamente molto maggiore dell'offerta di vendita. I valori in lieve aumento nel corso degli anni, con prezzi considerevoli perché rapportati a volumi d'affari mediamente elevati.

ESERCIZI COMMERCIALI NON ALIMENTARI



ESERCIZI COMMERCIALI NON ALIMENTARI A MILANO (2)

VALORE DELLE COMPRAVENDITE
TRA IL 1998 E IL 2023

- Nel grafico precedente sugli esercizi commerciali non alimentari abbiamo considerato ulteriori attività: 1) Edicole 2) Gioiellerie 3) Profumerie 4) Cartolerie
- **Edicole:** hanno avuto un passato di grande interesse culturale ed economico. Fino al termine degli anni novanta, erano tra le attività più ambite e il loro valore commerciale tra i più alti, oltre il 300% della parte del prezzo del venduto spettante all'edicolante. In circa 20 anni il loro valore è crollato, con punte del -30% annuo
- **Gioiellerie:** è un mercato di spessore economico ma con poca dinamicità: lievi cali di valori fino al 2004, per poi presentare stazionarietà fino al 2023
- **Profumerie e Cartolerie:** fino al 1998, quando queste attività necessitavano dell'autorizzazione comunale, e la grande distribuzione non si era ancora sviluppata, avevano un mercato dinamico, equilibrato tra la domanda e l'offerta. Successivamente i valori si sono ridotti ai minimi termini.

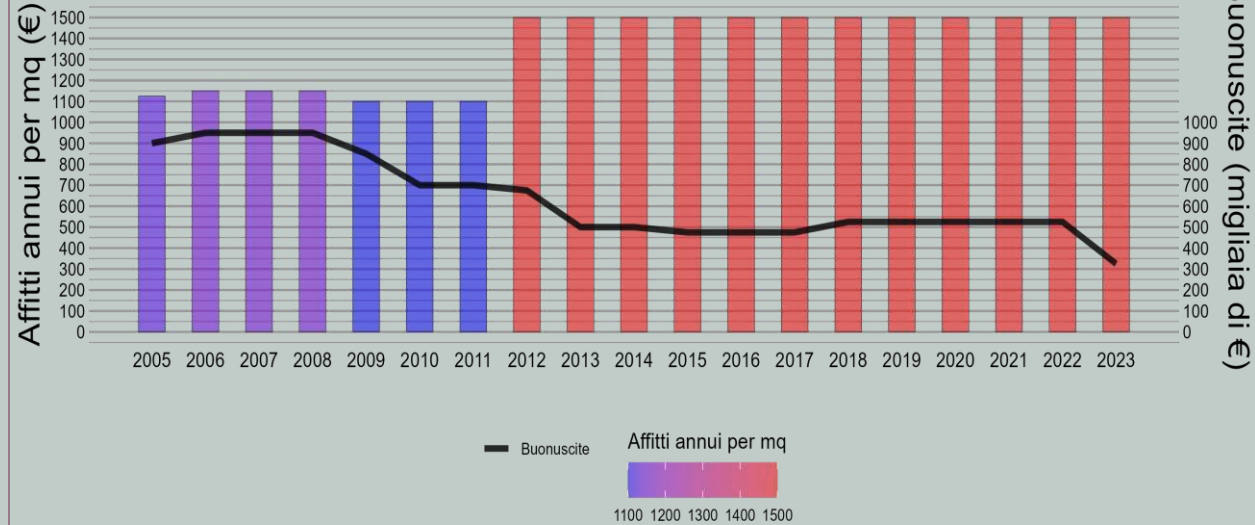
BUONUSCITE E AFFITTI ANNUI PER MQA MILANO

VALORE DEL PERIODO COMPRESO
TRA IL 2005 E IL 2023

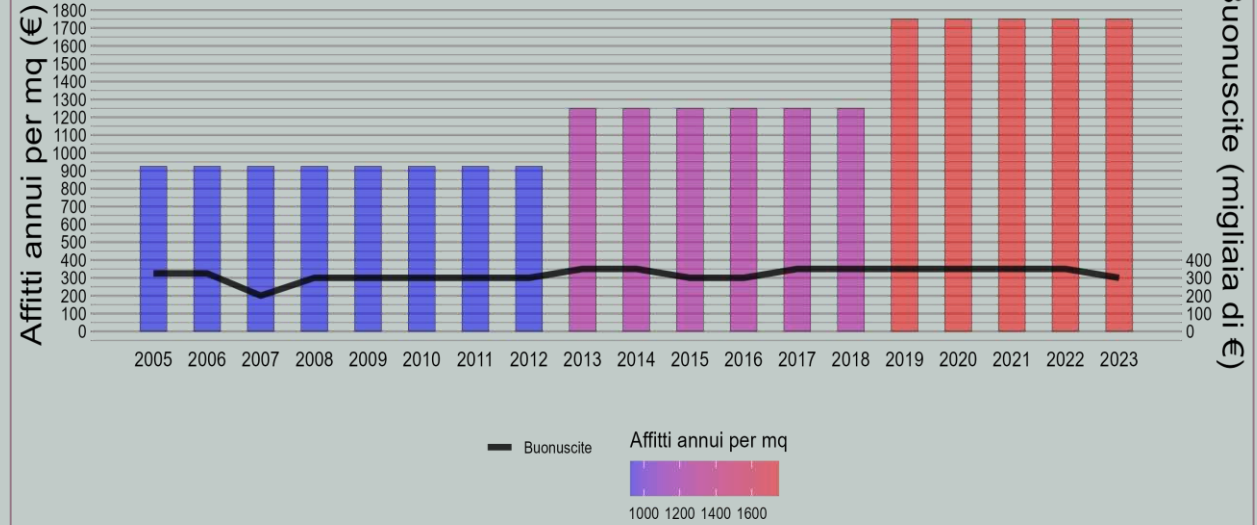
- Le **buonuscite** definiscono il valore della posizione commerciale. Sono una forma di risarcimento per la cessazione della propria attività che il conduttore di un negozio richiede a coloro che sono interessati ad occupare lo spazio commerciale, escludendo l'acquisto dell'azienda. Riguardano un numero limitato di negozi, quelli ubicati nelle posizioni commerciali più esclusive
- Gli **affitti** costituiscono una delle principali voci di spesa nella gestione delle aziende. La crescita dei valori immobiliari genera aumento dei canoni di locazione che spesso non trova equivalente crescita nei fatturati delle aziende, creando scompensi economici
- Abbiamo effettuato un focus su alcune delle più importanti vie a carattere commerciale di Milano

BUONUSCITE E AFFITTI ANNUI PER MQ

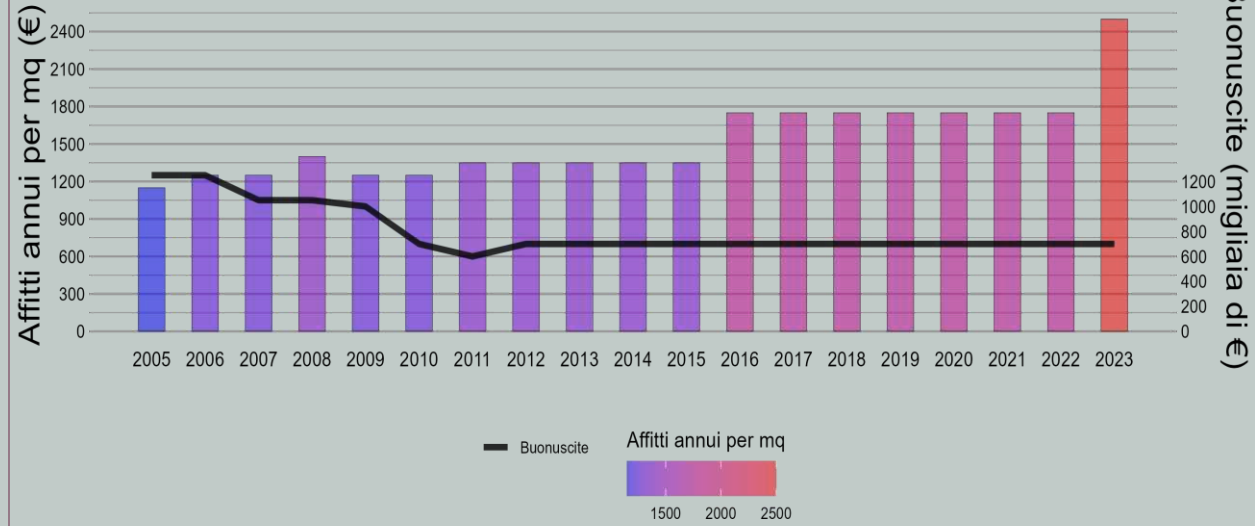
CORSO BUENOS AIRES



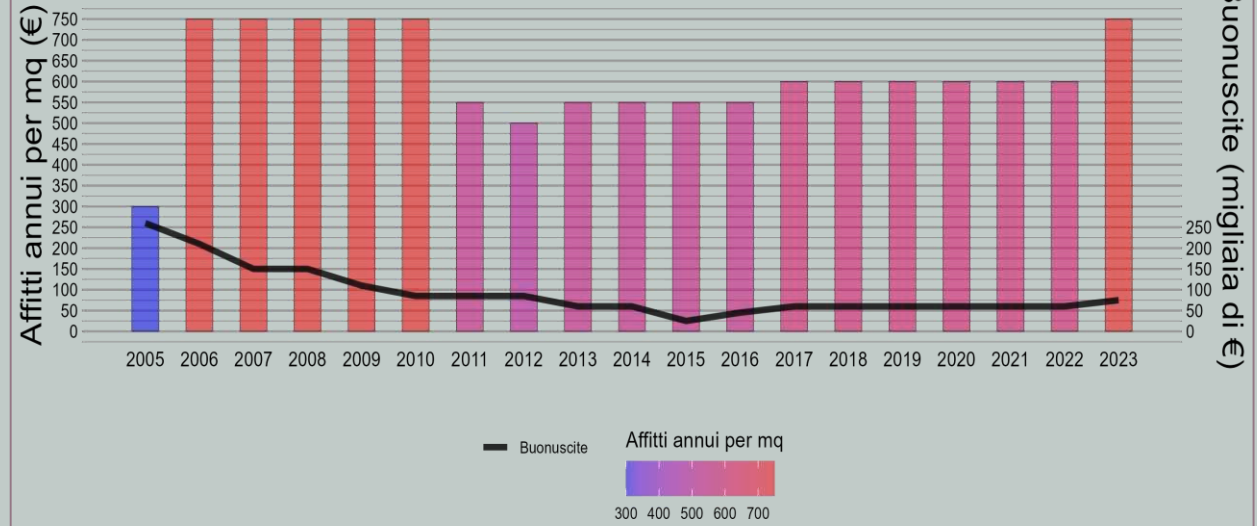
CORSO COMO



VIA DANTE

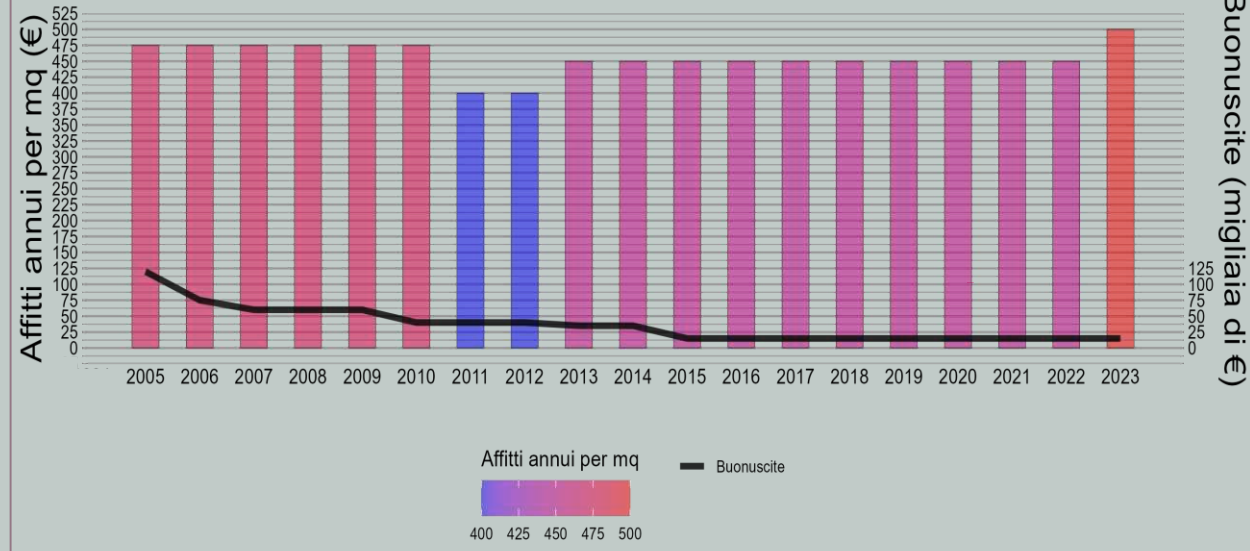


CORSO GENOVA

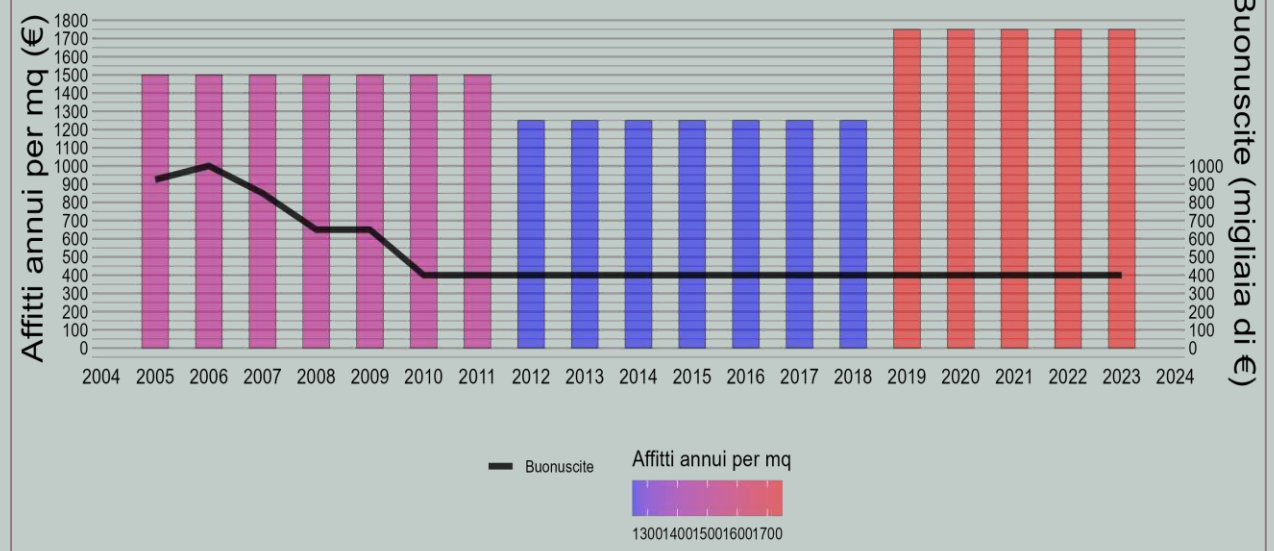


BUONUSCITE E AFFITTI ANNUI PER MQ

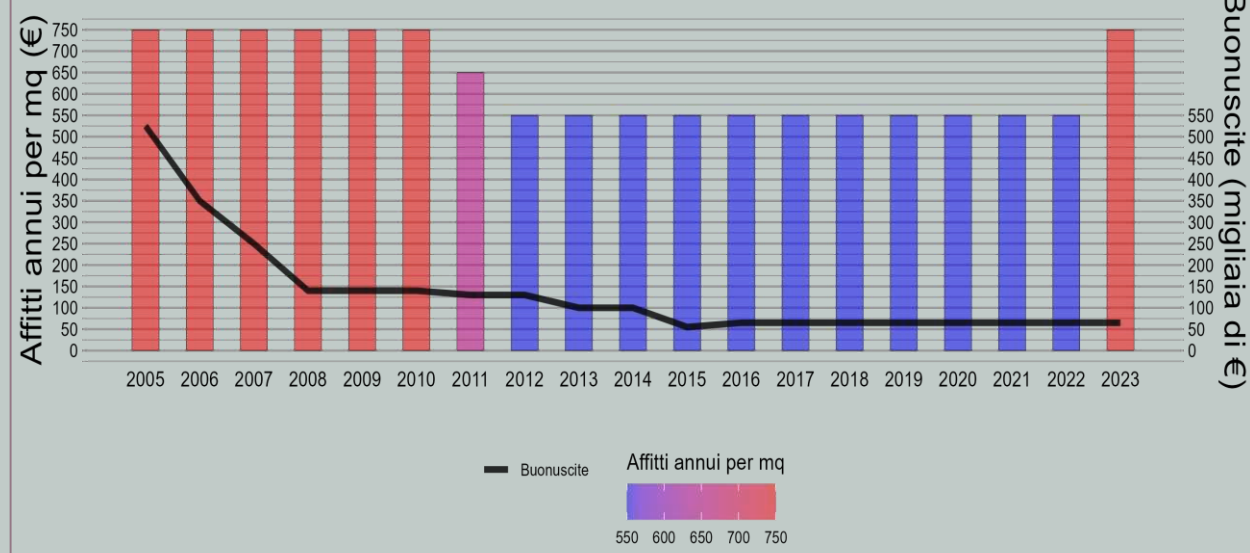
CORSO SAN GOTTARDO



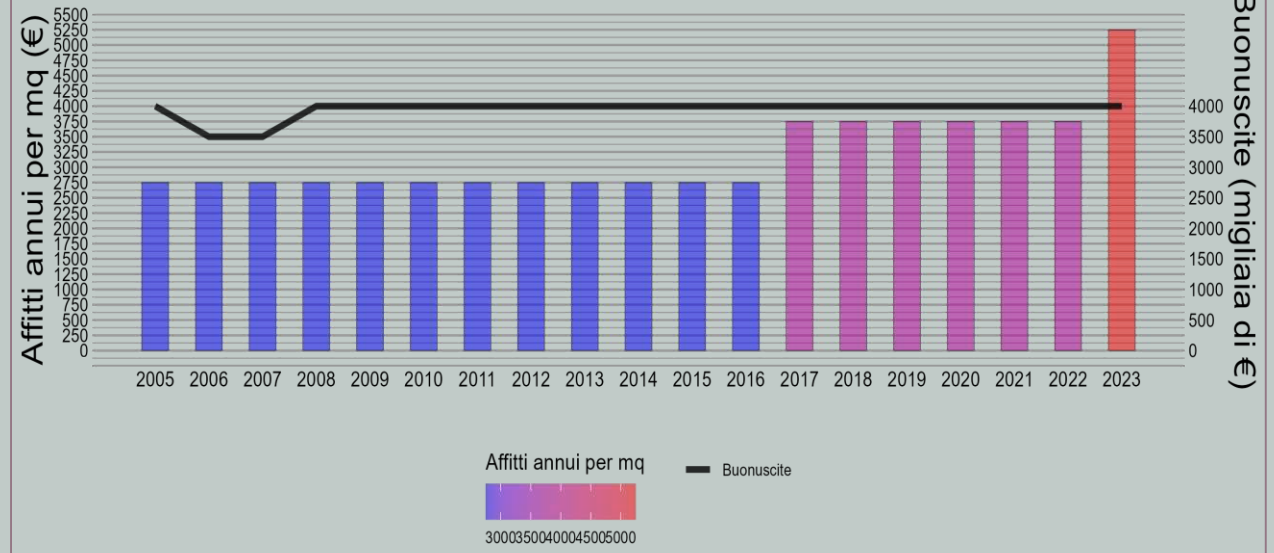
VIA MANZONI



CORSO XXII MARZO

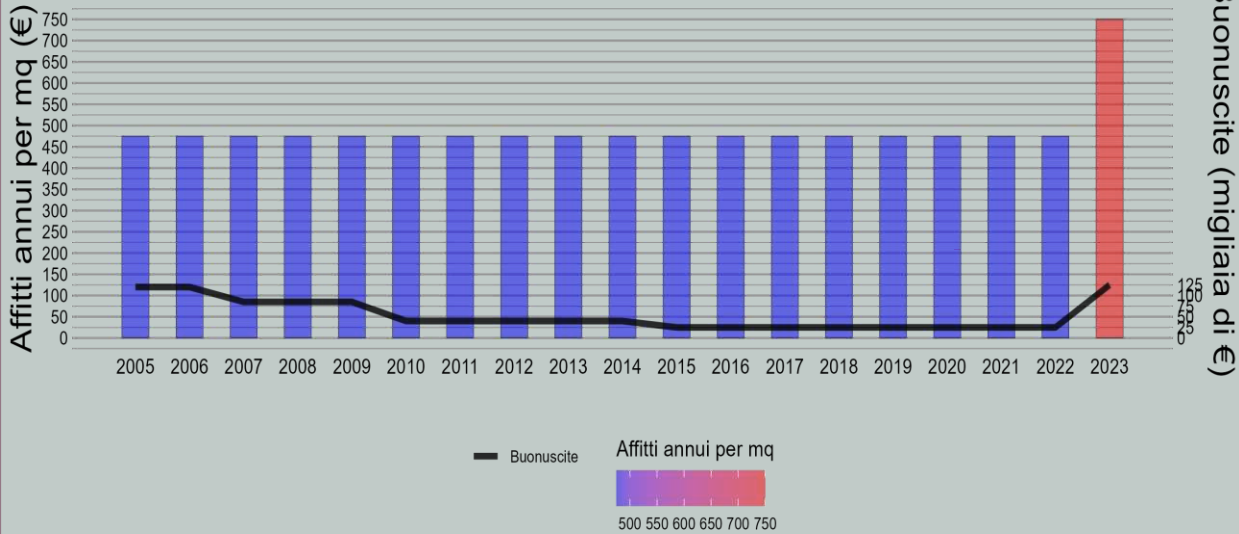


VIA MONTENAPOLEONE

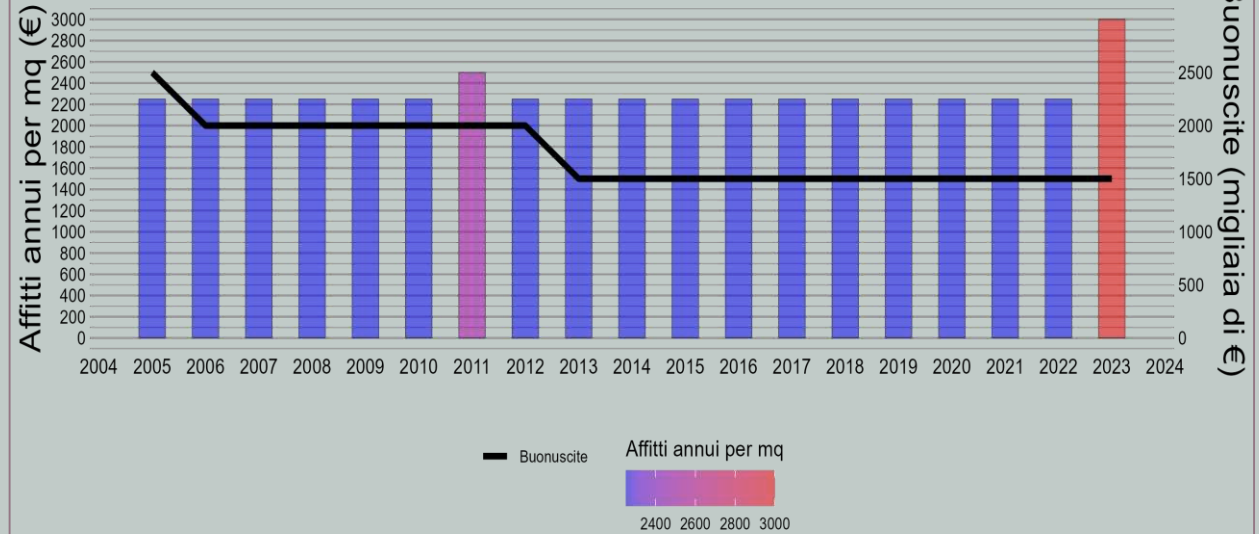


BUONUSCITE E AFFITTI ANNUI PER MQ

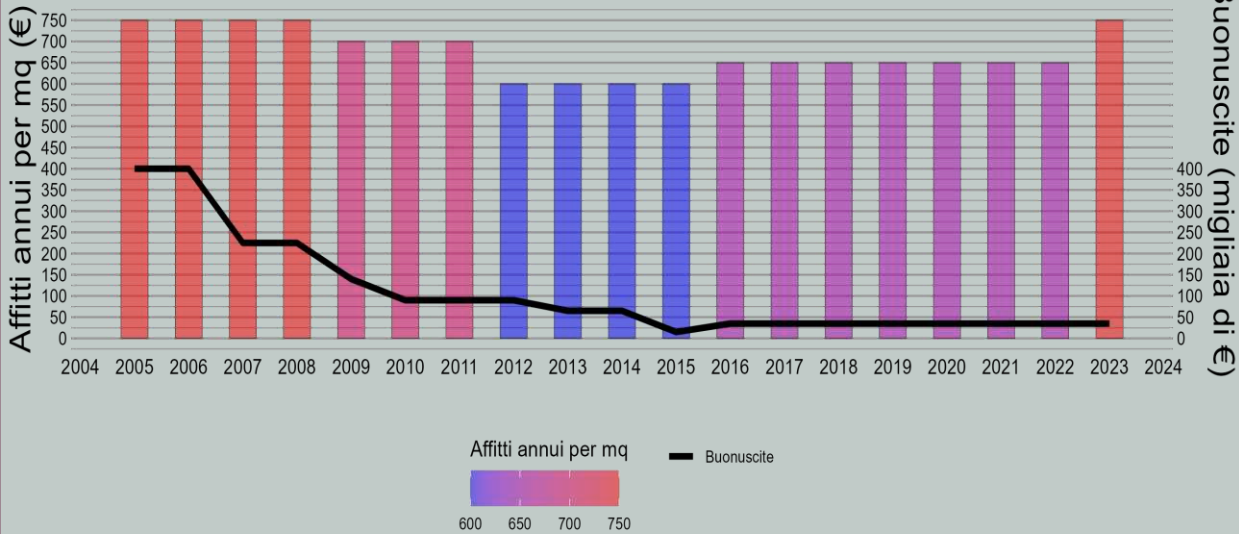
VIA PAOLO SARPI



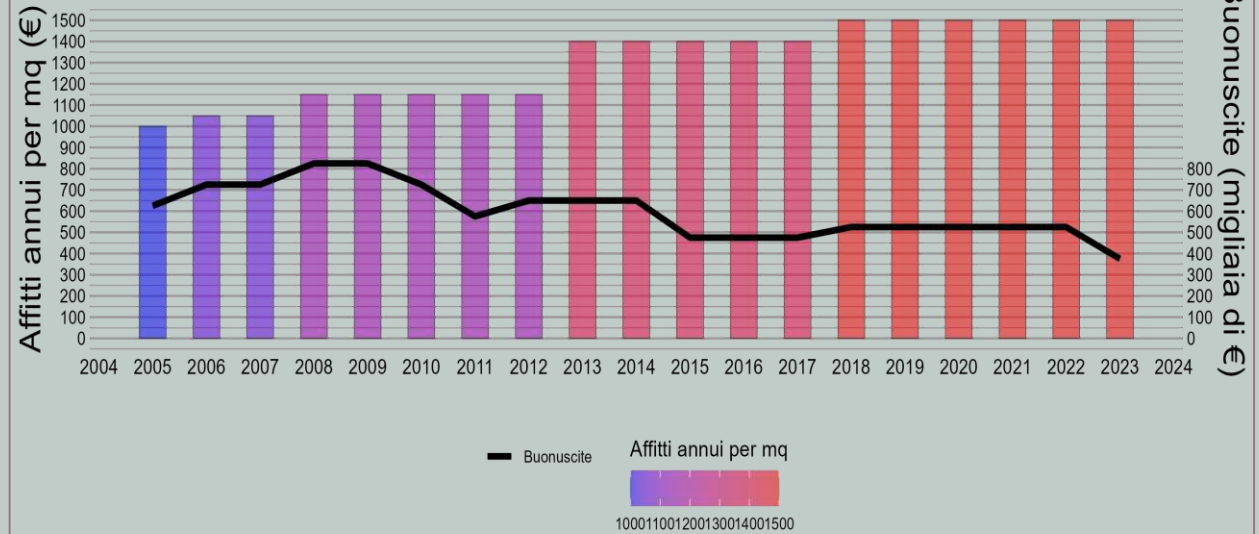
VIA DELLA SPIGA



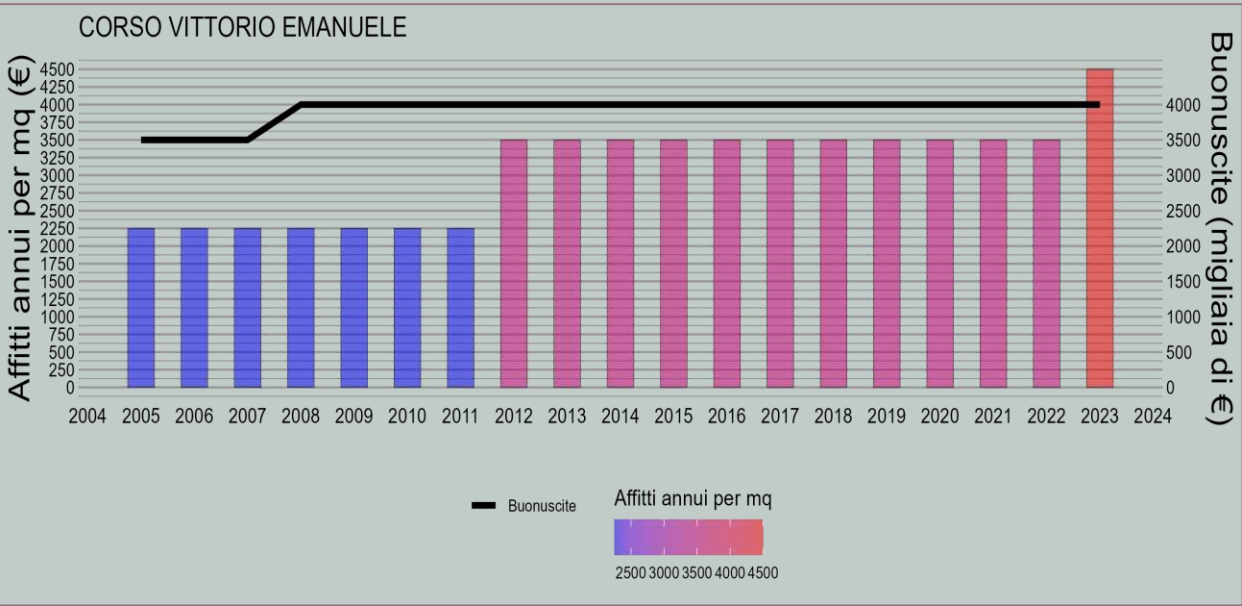
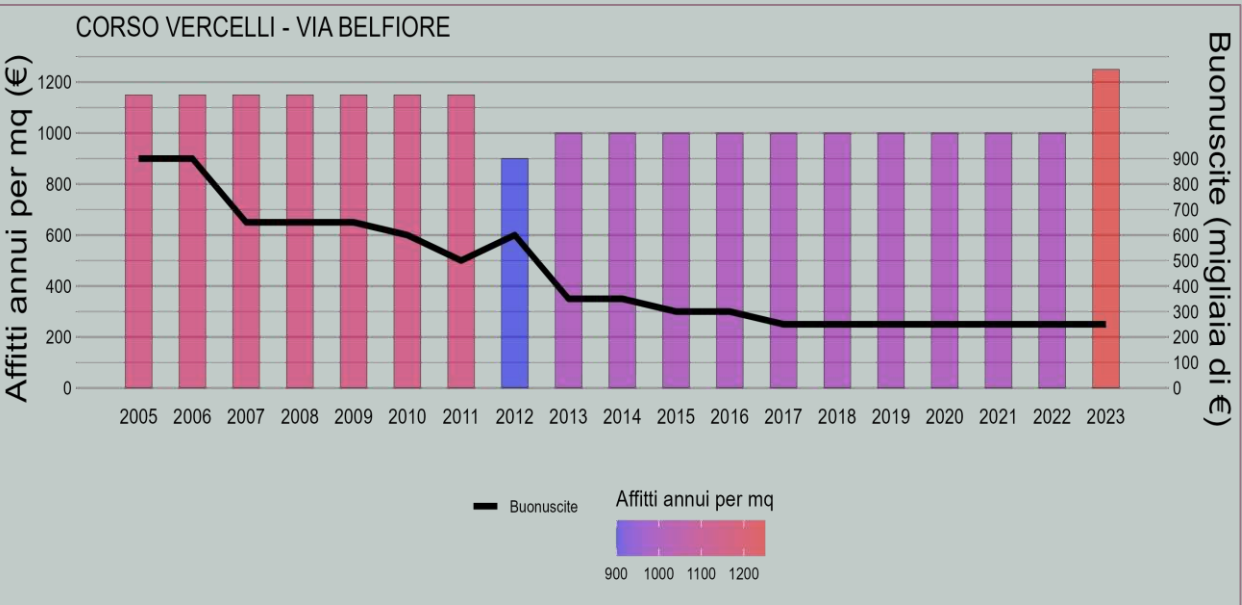
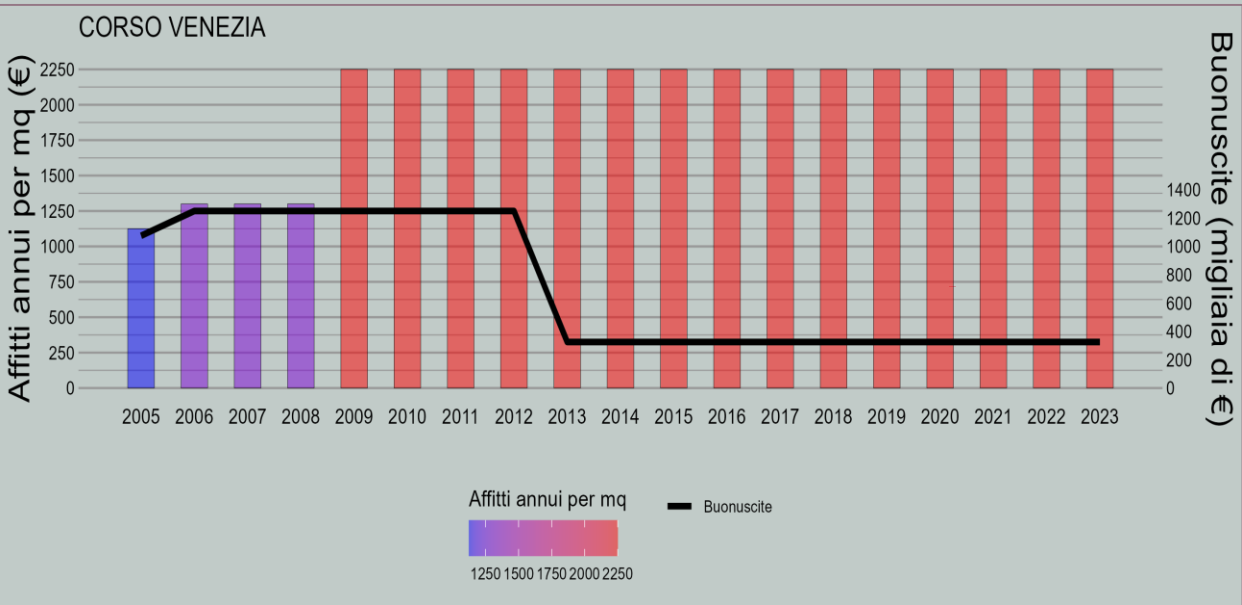
CORSO DI PORTA TICINESE



VIA TORINO



BUONUSCITE E AFFITTI ANNUI PER MQ



Anche Corso Garibaldi è oggetto di rilevazioni dal 200.000 dal 2017: qui le buonuscite mantengono un valore stazionario, pari a 200.000€.

Per quanto riguarda agli affitti invece, questi sono stati pari a 1000€/mq fino al 2022 per poi subire un aumento del +25%, raggiungendo i 1.250€/mq.

- Nella prossima tabella mettiamo a confronto i valori di alcune Buonuscite e Affitti di Milano, rilevate nel 2005 e nel 2023, per le stesse vie commerciali. (sono escluse le ampie superfici e le posizioni di interesse esclusivo delle grandi aziende)

BUONUSCITE E AFFITTI ANNUI PER MQ PRINCIPALI VIE COMMERCIALI MILANESI

VALORE DEL PERIODO COMPRESO TRA IL 2005 E IL 2023

	Buonuscite				Affitti			
	2005		2023		2005		2023	
	Prezzo Minimo (mln€)	Prezzo Massimo (mln€)	Prezzo Minimo (mln€)	Prezzo Massimo (mln€)	Prezzo Minimo (€/mq)	Prezzo Massimo (€/mq)	Prezzo Minimo (€/mq)	Prezzo Massimo (€/mq)
Via Montenapoleone	2,00	6,00	2,00	6,00	2.000	3.500	4.000	6.500
Corso Vittorio Emanuele	2,00	6,00	2,00	6,00	1.500	3.000	3.500	5.500
Via della Spiga	1,50	3,50	1,00	2,00	1.500	3.000	2.000	4.000
Via Dante	0,50	2,00	0,40	1,00	800	1.500	2.000	3.000
Via Manzoni	0,35	1,50	0,30	0,50	1.000	2.000	1.500	3.000
Corso Venezia	0,35	1,80	0,15	0,50	750	1.500	1.500	3.000
Corso Buenos Aires	0,30	0,50	0,15	0,50	750	1.500	1.000	2.000

- Il canone di locazione e la buonuscita hanno valori inversamente proporzionali tra loro: se il canone di locazione è contenuto la richiesta di buonuscita può essere sostenuta, e viceversa