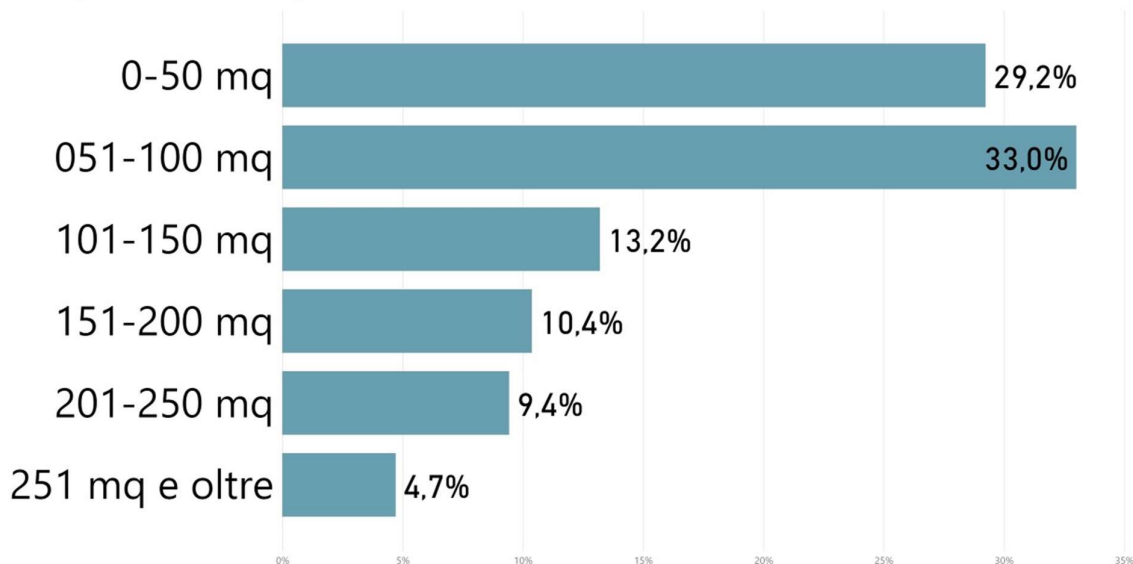


## MERCATO IMMOBILIARE E SETTORE RISTORAZIONE

### Asporto e delivery vivacizzano il comparto

“Nel 2021 le operazioni che hanno interessato i negozi e che sono state ultimate dalle agenzie affiliate - afferma Fabiana Megliola, Responsabile Ufficio Studi Gruppo Tecnocasa - erano così suddivise: 78% locazione e 22% acquisto. La locazione è scelta soprattutto da chi decide di avviare un’attività e al momento possono esserci buone opportunità per il mercato visto che negli ultimi dieci anni i canoni di locazione si sono ridotti del 35,6% sulle strade di passaggio e del 37,1% su quelle non di passaggio. Chi ha acquistato un negozio lo ha fatto prevalentemente con finalità di investimento (53,8%) mentre per la locazione le operazioni sono maggiormente distribuite tra le diverse finalità e si segnala un 9,1% sulla ristorazione. Su quest’ultimo segmento si segnala un incremento della percentuale di chi cerca per asporto. Il settore della ristorazione è sempre in fermento. Si sono locati sia piccoli tagli da destinare all’attività di asporto e delivery (metratura inferiore a 100 mq) sia tagli più grandi da destinare alla ristorazione con posti a sedere (in questo caso si cercano anche tagli da 150-250 mq)”.

#### Ampiezza dei negozi destinati alla ristorazione - Locazioni Italia 2021



Fonte: Ufficio Studi Gruppo Tecnocasa

Si segnalano ancora difficoltà nelle città con alti flussi turistici a causa della diminuzione degli stessi e molte attività sono in vendita.

Il **delivery**, dopo il boom avuto durante il lockdown, sembra ora essersi stabilizzato in città come Milano dove continua la ricerca di spazi per inserire dark kitchen e dark store. Il fenomeno è ancora in crescita in altre città come Napoli, Torino e Verona. Il motivo principale è legato all’abbattimento dei costi e al fatto che **il food delivery è sempre più presente tra le abitudini degli italiani**. I piatti pronti consegnati a domicilio, nel 2021 crescono a ritmo sostenuto (+56%) secondo l’Osservatorio ecommerce B2c Netcomm del Politecnico di Milano. A Verona, caratterizzata da un turismo mordi e fuggi, si cercano piccole metrature per contenere i costi. Nelle metropoli si consolidano realtà come Glovo, Deliveroo, Getir.

Fonte: Ufficio Studi Gruppo Tecnocasa

Sulle metrature più ampie si stanno posizionando, in particolare, marchi importanti della ristorazione con una presenza consolidata nel tempo. Queste ultime si affidano comunque anche alle piattaforme di delivery. Nelle grandi città i marchi e le imprese consolidate stanno mettendo in atto piani di sviluppo.

In generale si segnala anche un **ritorno di pasticcerie e panetterie e a Milano** la sperimentazione dei cosiddetti **family cooking** ovvero ristoranti in grado di rendere gradevole la permanenza delle famiglie con figli che hanno la possibilità di giocare assistiti.

Vanno le aperture da parte di imprenditori della **ristorazione etnica** che cercano sia spazi ampi per insediare ristoranti sia spazi più piccoli per **laboratori di Poke**.

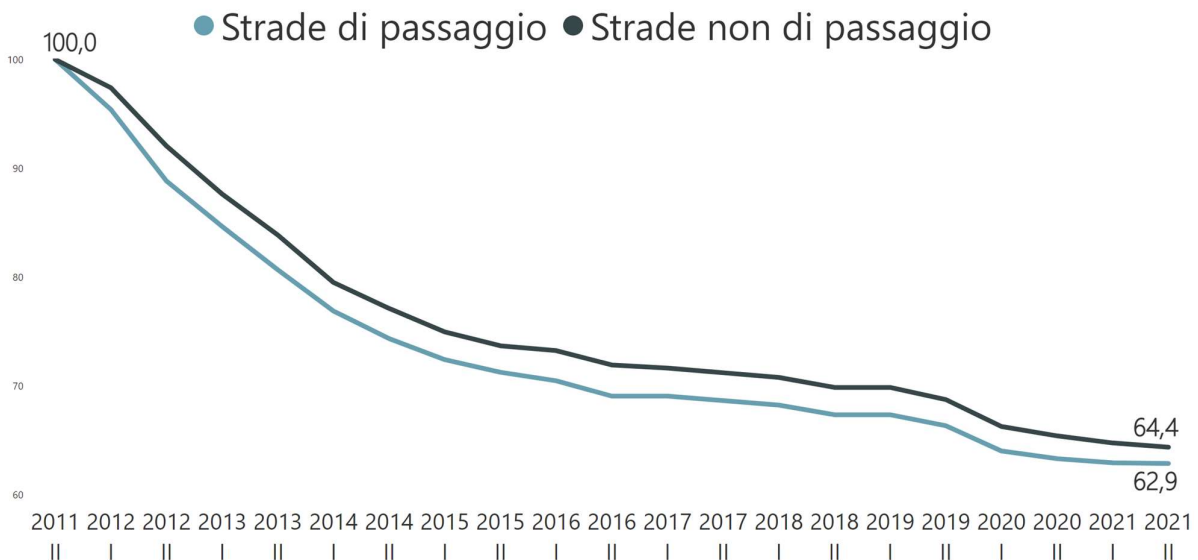
Le vie di passaggio sono sempre quelle più richieste, meglio se vicino a fermate di metropolitane.

Si cercano sempre immobili con la canna fumaria ma, dal momento che non sempre lo stabile ne consente l'installazione, aumenta la richiesta di cappe a carboni attivi.

Dopo il primo lockdown si è registrato un notevole utilizzo degli spazi esterni per la creazione di dehors grazie anche alle agevolazioni che molti comuni avevano concesso. La **ricerca di immobili con spazi esterni e pedane** persiste.

L'aumento dei costi dell'energia sta sortendo effetti diversi: c'è chi ha sospeso la ricerca in attesa di capire l'evoluzione degli eventi, chi opera soprattutto con l'asporto sta limitando le ore lavorative. La piccola imprenditoria è alla ricerca di soluzioni poco costose.

## Negozi - Andamento dei canoni di locazione



Fonte: Ufficio Studi Gruppo Tecnocasa