



TECNOCASA. SETTORE IMMOBILI PER L'IMPRESA

Recuperano gli spazi destinati al commercio

Il 2022, e questa prima parte del 2023, registrano un **recupero della domanda di spazi da destinare al commercio, nonostante l'aumento dei prezzi delle materie prime e dell'energia. La ripresa del settore si è tradotta in un incremento delle compravendite**: il timore che l'inflazione possa erodere il capitale ha portato a investire nel mattone, non solo residenziale ma anche retail. – dichiara **Fabiana Megliola, Responsabile Ufficio Studi Gruppo Tecnocasa** - Lo dimostrano gli ultimi dati dell'Agenzia delle Entrate, secondo cui le transazioni sono aumentate del 4,7% nel 2022 rispetto al 2021 e del 5,3% nel primo trimestre del 2023 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Le agenzie del Gruppo Tecnocasa, specializzate in immobili per l'impresa, segnalano che il 48,8% delle compravendite da loro realizzate sono finalizzate all'investimento. Questo anche grazie alla diminuzione dei prezzi che si è avuta negli ultimi dieci anni: - 30,9% per le soluzioni nelle vie di passaggio e -34,9% per quelle nelle vie non di passaggio. Si segnala anche una maggiore volontà di prendere in affitto un immobile anche se quest'anno si è fatto sentire l'aumento Istat sui canoni di locazione. Negli ultimi dieci anni questi sono diminuiti comunque del -26,3% sulle vie di passaggio e del -25,9% per quelli sulle vie non di passaggio

Ad incidere sul settore retail vi sono diversi trend:

- il ritorno del turismo nel nostro Paese
- la ripresa della ristorazione
- il consolidamento del commercio on line

Partendo da quest'ultimo ormai è assodato che il confine tra acquisti on line e fisici è sempre più sottile per offrire al consumatore un'esperienza più completa possibile.

Il ritorno importante del turismo ha dato spinta, soprattutto, al settore della ristorazione che è la motivazione principale per la quale si cercano locali commerciali in affitto, anche di ampie dimensioni. Questo sia nelle grandi città sia nelle località turistiche, dove incide anche la possibilità di avere un dehors esterno. Si nota però un aumento di domanda di spazi da destinare all'erogazione di servizi alle persone e in parte anche alle imprese per essere più vicini ai clienti. Un fenomeno in crescendo negli ultimi anni. - prosegue **Megliola** -

Passando in esame le strade di maggiore passaggio delle grandi città in cui siamo presenti stiamo notando che importanti brand, nazionali e internazionali, del settore del lusso e del mass market quando possibile si riposizionano occupando spazi che si erano svuotati post Covid. Colgono l'occasione per aumentare la metratura, occupare posizioni in grado di garantire maggiore visibilità oppure, quando possibile, spuntare un canone di locazione più basso. Le high street restano appannaggio dei brand più importanti, spesso del settore del lusso, che possono permettersi il pagamento di canoni più elevati e di key money che, dopo lo stop del Covid, sono nuovamente richieste. È chiaro che le attività di somministrazione e ristorazione hanno un ruolo sempre più importante all'interno dell'offerta retail. Resta valida la formula del delivery, emersa durante il lockdown e che è ormai entrata tra le modalità di fruizione del cibo. Nelle vie non di passaggio o laterali a vie di transito, si insedia prevalentemente chi eroga servizi alle persone e alle imprese oppure ristorazione e abbigliamento che hanno una clientela fidelizzata, che recuperano visibilità sui social oppure che vendono solo on line e usano il negozio esclusivamente come punto





di ritiro. Uno dei trend che si era messo già in luce pre - pandemia, che quest'ultima ha potenziato e che sembra ancora trovare conferma è l'affermarsi del negozio di prossimità che però, a detta delle nostre reti, in questo momento incontra difficoltà legate ai canoni di locazione in aumento (anche causa Istat) e a un ricambio generazionale in atto, a cui si cerca di resistere diversificando l'offerta. – conclude **Fabiana Megliola, Responsabile Ufficio Studi Gruppo Tecnocasa.**

