

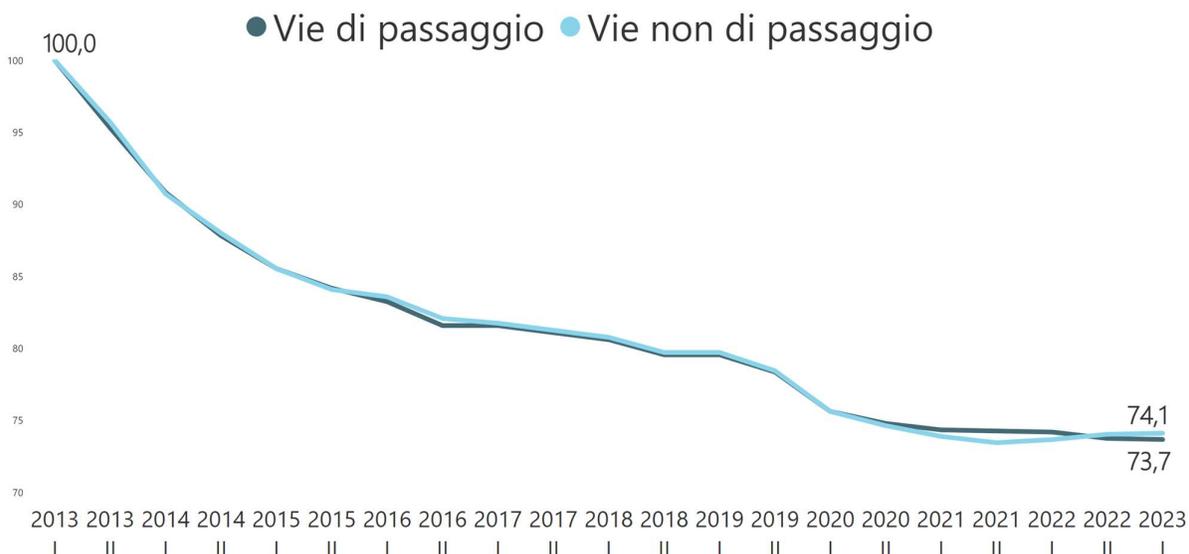
MERCATO IMMOBILIARE E SETTORE RISTORAZIONE

Spazi più ampi e maggior attenzione per le aree turistiche e in riqualificazione

Nella prima parte del 2023 le agenzie del Gruppo Tecnocasa che hanno realizzato operazioni sui negozi, nel 78,4% dei casi hanno avuto a che fare con locazioni e nel 21,6% con compravendite. La locazione è la strada scelta da chi decide di iniziare un'attività imprenditoriale. Tra le attività per le quali spesso in passato si cercava uno spazio c'era la **ristorazione**.

Avviare un'attività di questo tipo portava gli imprenditori a rivolgersi alle nostre reti specializzate per cercare spazi adatti da locare. La pandemia ha messo un fermo forzato alla ristorazione - somministrazione che ha avuto modo di resistere grazie alle piattaforme delivery a cui tanti imprenditori si sono appoggiati. Progressivamente si è rientrati alla normalità ed è ripresa, a detta delle reti specializzate del Gruppo Tecnocasa, la ricerca di spazi da destinare al food.

Negozi - Andamento dei canoni di locazione - Italia



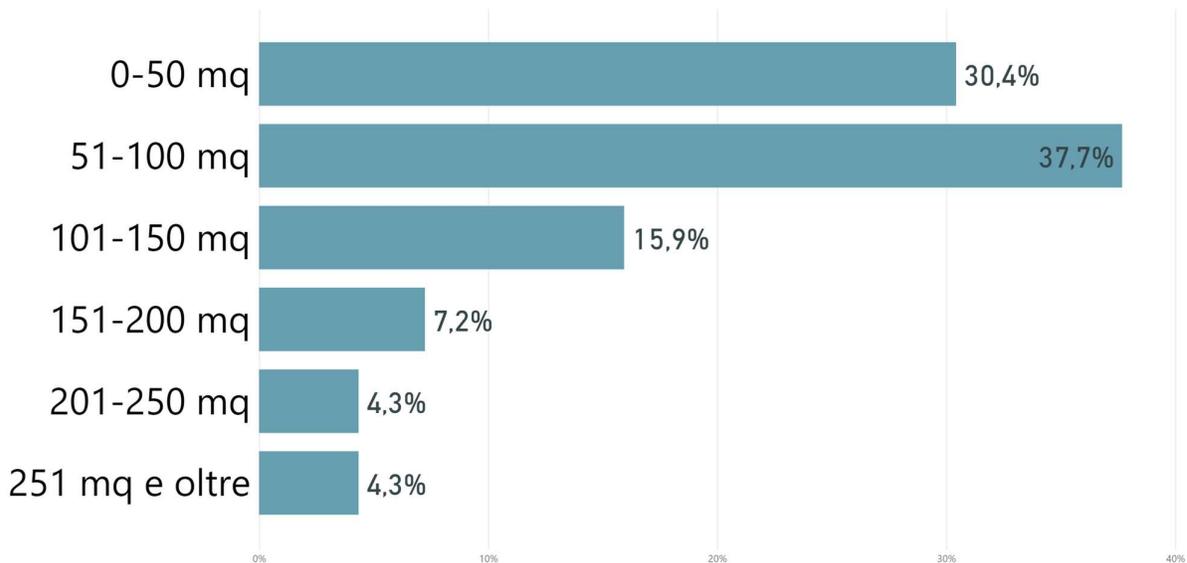
Fonte: Ufficio Studi Gruppo Tecnocasa

A fare da traino c'è sicuramente la ripresa importante del turismo nel nostro paese: secondo le previsioni dell'istituto Demoskopika, nel 2023 saranno oltre 442 milioni le presenze con una crescita del 12,2% rispetto al 2022. Infatti, **la richiesta di spazi da destinare alla ristorazione è maggiormente presente proprio nelle città con importanti flussi turistici**.

C'è da dire però che nonostante questa progressiva ripresa, nella prima parte del 2023, siamo ancora distanti dai dati passati perché è in crescita la percentuale di chi cerca un locale commerciale per svolgere attività legate alla cura della persona. Infatti, la ristorazione inizia a mostrare alcune nuove tendenze, tra cui una maggiore sofferenza per chi ha puntato sulla pausa pranzo perché, nonostante il ritorno in presenza di tanti lavoratori, lo smart working permane ancora e, in più, si assiste a una **rimodulazione dei consumi con una maggiore attenzione alla spesa**. Si punta maggiormente sulla cena che risponde alla necessità di aggregazione e di socialità esplosa post pandemia e, per questo motivo, aziende e brand importanti del settore della ristorazione, con una presenza consolidata nel tempo, cercano spazi più ampi per aumentare le sedute.

Fonte: Ufficio Studi Gruppo Tecnocasa

Metratura dei negozi locati per ristorazione - Italia I semestre 2023



Fonte: Ufficio Studi Gruppo Tecnocasa

L'Ufficio Studi del Gruppo Tecnocasa segnala un aumento della percentuale di chi ha preso in affitto tagli leggermente più grandi, da 100 a 150 mq e che sono passati da 11,5% (primo semestre 2022) a 15,9% (primo semestre 2023). La concentrazione resta più elevata nella fascia fino a 100 mq. La novità che ci segnalano le agenzie del Gruppo Tecnocasa è **la ricerca di spazi più "belli", perché l'obiettivo che spesso i ristoratori si pongono è rendere il locale "instagrammabile"**, alla luce del fatto che la visibilità sui social ha ormai sostituito il passaparola.

Continua la ricerca di locali con canna fumaria, ormai una rarità e di spazi esterni per la creazione di dehors; questi ultimi dopo essere stati "sostenuti" dalle amministrazioni comunali nel periodo della pandemia per aiutare i ristoratori a ottimizzare gli spazi alla luce dei distanziamenti imposti sono oggi maggiormente regolamentati.

La ricerca degli spazi esterni è particolarmente sentita nelle località turistiche e nel Sud Italia che si gioca la carta del clima favorevole per molti mesi. È ormai chiaro da tempo che le attività di somministrazione e ristorazione hanno un ruolo sempre più importante all'interno dell'offerta retail. Basti guardare a quello che hanno messo in campo importanti brand del lusso con apertura di bistrot, caffè, ristoranti per rendere unico il vissuto del brand. Resta comunque valida la formula del delivery, ormai consolidata come modalità di fruizione del cibo.

Tengono la ristorazione etnica e quella veloce, quest'ultima in particolare nei quartieri interessati da passaggio turistico, movida serale, facoltà universitarie, strutture ospedaliere. Un comportamento che vale la pena sottolineare è la ricerca di spazi da occupare nelle aree interessate da interventi di riqualificazione, soprattutto se essa prevede l'insediamento di centri direzionali o di sedi di importanti aziende: come si è notato nella zona di Lingotto a Torino dove, intorno alla nuova torre della Regione Piemonte, molte attività di ristorazione, anche veloce, hanno voluto insediarsi. A Milano stiamo notando un interesse simile nelle aree oggetto di interventi di riqualificazione quali lo Scalo di Porta Romana, Scalo Farini, area Ex Macello.

È stato rilevato inoltre che gli imprenditori con un'attività di ristorazione avviata, che possono contare su una clientela fidelizzata o che hanno raggiunto una certa notorietà, si sono riposizionati in zone più periferiche e di minore passaggio per pagare canoni di locazione più bassi. Queste attività, infatti, hanno registrato un crescente aumento dei costi delle materie prime e dell'energia e il riposizionamento in aree rese libere dalla chiusura di altre attività ha consentito loro di posizionarsi in tali aree abbattendo i costi. Infatti, come si può vedere dal grafico sottostante negli ultimi dieci anni i canoni di locazione hanno avuto un calo intorno al 26-27%, anche se già a partire da questa prima parte dell'anno il trend si sta invertendo e ci sono città che sono tornate in territorio positivo.