

IMMOBILI PER L'IMPRESA: QUALI ATTIVITA'?

L'Ufficio Studi Tecnocasa, sulla base delle le richieste presenti a giugno 2017 nella Banca Dati interna al Gruppo, ha condotto un'analisi su capannoni, negozi e uffici per individuare quali sono le tipologie di attività che vi si insediano.

CAPANNONI

Sui capannoni, negli ultimi tempi, si registra un aumento delle richieste di acquisto: i prezzi, ormai a livelli decisamente contenuti (dal primo semestre del 2008 i valori sono diminuiti di oltre il 30%) spingono all'acquisto gli imprenditori che hanno capitale a disposizione, una discreta solidità patrimoniale, che sono ben radicati nel territorio e che, allo stesso tempo, hanno sicuri piani di sviluppo. In molti casi si tratta di aziende che lavorano per il mercato estero. Dalle nostre analisi risulta che tra coloro che cercano capannoni in acquisto, il 22,3% sono imprese di tipo artigianale, a seguire con il 18% gli investitori mentre il 13% è rappresentato da aziende di produzione. Sul versante delle locazioni, dove si concentra la maggioranza delle richieste (72%), la fa da padrone la ricerca da parte di artigiani, seguiti al secondo posto da chi è interessato a spazi per erogare servizi per automobili, in particolare per aprire autofficine. Segue poi la logistica dominata da operatori italiani e con un 10,8% di richieste gli imprenditori del settore del fitness per aprire palestre.

NEGOZI

Il settore commerciale evidenzia una maggioranza di richieste di immobili in locazione. La percentuale di chi acquista è pari al 15,1% e di questi, poco più della metà, sono acquisti ad uso investimento. Tra le richieste di locazione invece il 21,9% riguarda immobili per avviare attività di ristorazione e somministrazione, a seguire con il 12,9% chi vuole aprire un negozio di abbigliamento. Il 12,1% avvierebbe un negozio di alimentari, il 10,6% un'attività di servizi. Chi intende aprire un ristorante o una pizzeria cerca soluzioni dotati di canna fumaria, sempre più difficili da trovare sul mercato e predilige le zone di passaggio pedonale, elemento fondamentale anche per chi vuole lanciarsi nella vendita di abbigliamento. Occorre però dire che chi è in grado di crearsi una vetrina virtuale sugli strumenti social, può permettersi una vetrina reale anche in vie non di passaggio: questa tendenza è in atto negli ultimi anni soprattutto fra gli imprenditori più giovani. Interessante sottolineare che chi svolge erogazione di servizi vede prevalere soprattutto gli studi professionali e gli studi medici che oramai, sempre più spesso, invece di cercare l'ufficio tradizionale preferiscono essere presenti "in strada", optando anche per vie non di passaggio, decisamente meno costose.

UFFICI

Anche il segmento degli uffici registra prevalentemente richieste di locazione (80,4%). In genere sono studi professionali alla ricerca di sedi di rappresentanza e che prediligono ancora le zone centrali. Quando possono si associano per abbattere i costi. Le grandi aziende nazionali e multinazionali invece preferiscono i centri direzionali, soprattutto quelli di nuova generazione possibilmente insediati in zone ben collegate e ben servite da mezzi di trasporto. Infatti in grandi città come Milano e Roma sono diversi gli interventi di nuova costruzione sul direzionale che stanno attirando l'interesse di importanti realtà nazionali e non (a Milano ci sono Porta Nuova, City Life, Symbiosis mentre a Roma spicca la nuova sede di Bnl alla Stazione Tiburtina chiamata "Orizzonte Europa").