# Milano - Mercoledì 17 Novembre 2021

## «Buonarroti, Lodi e Lombardia»

## Le vie strategiche del commercio

**di Gino Pagliuca**

**Investimenti, dossier World capital sulle strade attrattive. Le zone e i rendimenti**

Per l'investitore che cerca un rifugio nel mattone una buona scelta potrebbe essere puntare sui negozi a Milano. Lo dice un rapporto della società di consulenza World Capital — redatto in collaborazione con Nomisma — che non solo fotografa la situazione attuale ma si spinge anche più in là, indicando le tre aree cittadine dove l'investimento in immobili commerciali potrebbe dare le maggiori soddisfazioni agli investitori: corso Lodi, viale Lombardia e via Buonarroti.

A queste tre strade si è arrivati incrociando fattori come la densità abitativa, la facilità degli spostamenti ciclopedonali, la presenza di una rete efficiente di trasporto pubblico, i servizi della zona confrontati con la sostenibilità del prezzo di acquisto dell'immobile. Via Buonarroti può contare sull'effetto traino di uno dei poli commerciali più tradizionali di Milano, quello che va da corso Vercelli a via Marghera e su una platea di residenti di standing economico medio alto, corso Lodi ha una grande disponibilità di negozi con quotazioni, soprattutto nella parte più periferica, molto basse e risentirà sicuramente degli sviluppi immobiliari legati alle Olimpiadi (il cui Villaggio sorgerà sul vicino ex scalo ferroviario di Porta Romana). Viale Lombardia è in un'area densamente popolata, ben servita dalla linea due della metropolitana e gode dell'attrattiva delle vicine aree universitarie e, in prospettiva, dei progetti che arriveranno quando parte delle facoltà della Statale si trasferiranno nell'area dell'Expo, nell'ambito di Mind.

Per quanto invece riguarda il presente, il rapporto mette a confronto i rendimenti storici dei titoli di Stato contro quelli dei negozi a Milano, e rileva che nel 2020 il Btp a dieci anni ha reso l'1,65 per cento a fronte del 3,30 per cento degli esercizi nelle cosiddette «high street» (le zone a più alta vocazione commerciale del centro storico) mentre nelle aree meno rinomate per lo shopping si è arrivati al 5,7 per cento. Nella seconda parte del 2021 i due valori sono saliti rispettivamente al 4 e al 5,8 per cento a fronte di un rendimento del Btp (Buoni Poliennali del Tesoro) decennale sceso allo 0,95 per cento. Nella lettura dei dati bisogna però precisare che si tratta di performance lorde e che sui negozi detenuti da persone fisiche Irpef e Imu possono portarsi via anche la metà del canone e soprattutto che l'anno scorso molti canoni — a causa della pandemia — sono stati rinegoziati.

La ricerca infine mette a confronto in sette zone semicentrali di Milano (Isola, Porta Nuova, Centrale, Loreto, Porta Romana, Navigli, Sempione) le performance di cinque categorie merceologiche: grande distribuzione, ristoranti, farmacie, negozi fashion, sportelli bancari. I negozi di moda prevalgono quasi ovunque: all'Isola ( 7,25 per cento), alla Stazione Centrale (7,13 per cento), a Loreto (7,82 per cento), a Sempione con 7,25 per cento, ai Navigli con 7,13 per cento. A Porta Romana sono sopravanzati di pochi centesimi dai ristoranti (7,19 per cento), a Garibaldi dagli sportelli bancari. Il rendimento minore è sempre quello dei supermercati, perché i punti vendita sono più grandi e il canone a metro quadro scende con l'aumentare della superficie, il prezzo di vendita del negozio no.

Commentando i risultati della ricerca Andrea Faini, fondatore managing director di World Capital dice: «I dati confermano una legge fondamentale degli investimenti e cioè che il rendimento è sempre proporzionale alla rischiosità dell'impiego. Così è ovvio — prosegue Faini — che in centro gli immobili commerciali rendano meno che in periferia, perché garantiscono una maggiore continuità reddituale e che grande distribuzione (Gdo) e farmacie, tipologie che non hanno particolari problemi, siano meno performanti dei negozi di abbigliamento, che sono messi a serio rischio dal boom ottenuto dall'ecommerce. L'investimento in immobili commerciali fuori dai centri storici è alla portata anche di investitori privati con una buona disponibilità di risorse. Se si vuole ragionare

in una prospettiva di medio periodo — conclude il dirigente — la cosa migliore da fare è puntare su aree oggi trascurate dal punto di vista commerciale ma con un buon potenziale di sviluppo».