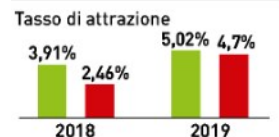
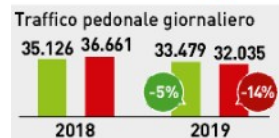


Montenapo, 13mila euro al metro quadro

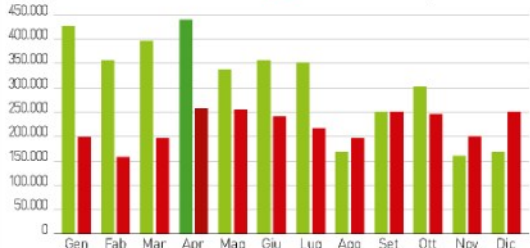
Affitti annuali a peso d'oro. Ma la più costosa è via Sant'Andrea

I dati

Il confronto
Dati al I semestre



Il numero di pedoni
La media mensile



Costo per potenziale cliente



Affitto medio



Traffico medio



Ranking strade italiane più transitate

Città	Via	pedoni al giorno	€/mq
Napoli	Via Toledo	11.623	1.600
Bologna	Via Indipendenza	11.311	2.200
Milano	Via Torino	10.925	1.950
Milano	Corso Buenos Aires	10.148	2.600
Roma	Via del Corso	9.619	4.800

Ranking strade più care al mondo

Città	Via	pedoni al giorno	€/mq	Costo per potenziale cliente (cent. di €)
Milano	Via Sant'Andrea	2.275	5.700	54,91
Milano	Via Montenapoleone	5.563	13.500	53,19
Parigi	Rue du F.S. Honorè	7.255	9.573	28,92
Milano	Corso Venezia	4.299	5.528	28,19
Berlino	Kurfürstendamm	4.190	3.840	20,09

IL DATO

CORSO BUENOS AIRES LA STRADA COMMERCIALE PIÙ FREQUENTATA
di COSIMO FIRENZANI

- MILANO -

OLTRE TREDICIMILA euro al metro quadrato ogni anno. È la cifra che le grandi società del retail pagano ai proprietari degli immobili di via Montenapoleone. Non a caso, è la strada più costosa d'Europa secondo uno studio della società TcGroup realizzato per Confimprese, l'associazione che riunisce le aziende delle reti di commercio, in occasione del "7° Retail Real Estate". In altre parole: in via Montenapoleone si pagano oltre mille euro al mese a metro quadrato. E se lo stesso studio considera 80 metri quadrati come superficie standard per un negozio il conto è fatto: almeno 80mila euro al mese. Dalle numerose analisi sul mercato immobiliare per il retail riguardo a centri commerciali, outlet e strade dello shopping emerge, però, che la strada più costosa d'Europa, in rapporto al numero dei frequentatori, è via Sant'Andrea. Qui, del resto, si pagano 5.700 euro all'anno per metro quadrato di affitto, ma i passanti sono meno della metà di quelli di via Montenapoleone.

NON A CASO, nessuna delle strade milanesi compare tra quelle più redditizie, dove la prima italiana è via Sestri a Genova. Però, sfo-

gliando lo studio della società TcGroup, nato per essere utilizzato dalle aziende del retail per definire le loro strategie, emerge che a Milano è più semplice di prima fare affari, anche se in generale nei primi sei mesi del 2019 il traffico pedonale giornaliero è calato del 5%. Ma è l'unico dato negativo: i visitatori giornalieri delle strade dello shopping sono cresciuti del 18% e il tasso di conversione, il rapporto tra chi entra in negozio e chi effettivamente acquista, aumenta e raggiunge il 13%. Andando oltre: a Milano la strada più frequentata è corso Buenos Aires (è la quarta in Italia): qui nel giorno più affollato (il sabato) si stima che passino oltre 8mila persone. Dal 7° Retail Real Estate promosso da Confimprese con Reno, Monitora by UrbiStat e TcGroup emerge anche che le catene di negozi «reggono ma è una sfida lunga e difficile che sarà combattuta anche nell'omnicanalità - osserva Mario Resca, presidente di Confimprese -. C'è eccesso di spazio e bisogna trovare nuovi format per attrarre i clienti, fare azioni di cobranding per offrire al consumatore un'esperienza diversificata dal food al fashion, dall'entertainment alle tecnologie».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

