Il prezzo? Dipende anche dall’incasso

Vendere il proprio Bar e fare un buon affare: un argomento che suscita sempre l’interesse del settore.

Tanti i fattori in gioco per la compravendita di un’attività commerciale.

Uno strumento ad hoc da consultare è il Listino Nazionale Prezzi delle Aziende di Fimaa, la Federazione italiana mediatori e agenti d’affari. Il Listino riporta i valori delle attività commerciali parametrati percentualmente sull’incasso annuo e, in alcuni casi, sull’utile lordo delle aziende. Valori suddivisi, nella merceologia presa in esame, tenendo conto dell’ubicazione dell’esercizio commerciale e dell’’anzianità di arredamento e attrezzature.

Il Listino Aziende di Fimaa-Confcommercio fornisce anche un sintetico giudizio sull’andamento della domanda e dell’offerta nelle tipologie d’azienda e riporta il valore delle buonuscite nelle vie di maggior interesse commerciale e il costo degli affitti annui per metro quadro.

Il Listino è considerato un osservatorio efficace del mercato nazionale.

Gli aspetti da valutare per la stima del prezzo a cui cedere un’attività sono diversi.

Primo: la merce che chi cede il negozio lascia a chi subentra. Il valore si stabilisce computando al prezzo di costo le rimanenze che si possono ancora vendere.

Quello degli arredi e delle attrezzature viene calcolato per convenzione: si stima in 8 anni il periodo di obsolescenza delle attrezzature. L’anzianità di queste incide sul valore dell’azienda tra il 10% per un ristorante e il 15% per il bar.

L’avviamento commerciale è difficile da definire: bisogna valutare come è gestita la struttura, da quanto tempo è sul mercato, il rincaro sulle merci, il trend di vendita, la fidelizzazione della clientela. L’ultimo punto è di fondamentale importanza, ma anche di difficile comprensione a priori.

La qualità delle materie prime sarà sempre alta? La clientela sarà la stessa dopo il cambio di proprietà?

La valutazione economica non può basarsi solo su dati ufficiali e richiede anche verifiche induttive e deduttive sul reale giro d’affari.

Un criterio comunemente adottato per valutare l’incasso giornaliero di un bar è contare i caffè serviti in un giorno, moltiplicando il loro numero per il prezzo dell’espresso e poi ancora per 1,8.

Risalire all’incasso vero è fondamentale perché il prezzo di norma è dato da un moltiplicatore

dell’incasso lordo annuo e dipende anche dalla possibilità di trovare sul mercato un determinato tipo di esercizio.
Ad esempio a Milano, dove le licenze sono contingentate, le richieste di bar sono molto più alte che altrove.

Qualche esempio

A Milano il valore di un Bar in una posizione commerciale primaria – ipotizzando un fatturato annuo di 200.000 euro – può arrivare a 320.000 euro. Sempre con l’ipotesi media di guadagno annuo di 200.000 euro, una tabaccheria-giochi catanese può anche raggiungere il valore di un milione di euro. A Catania una pizzeria si vende a un valore di mercato più alto di Milano, Roma, Napoli.
A seconda dei centri cambiano naturalmente i valori di mercato, ma le attività in questo momento commercialmente più appetibili sono le stesse un po’ in tutta Italia: Bar, Tabaccherie con i giochi, Ristoranti.
Occorre comunque considerare che le valutazioni del Listino 2010 risentono della crisi del commercio e della riduzione, per il calo dei consumi, degli incassi delle aziende. Quanto alle vie più commerciali, via Montenapoleone è, ad esempio, il top di Milano, con buonuscite dai 2 ai 6 milioni di euro, mentre l’affitto annuo va dai 2.000 ai 3.500 euro a mq. A Roma primeggia via Condotti con buonuscite dai 2,5 ai 4 milioni di euro e un affitto da 3 a 9.000 euro al mq. A Napoli, via Scarlatti e via Toledo, via Dei Mille e via dei Filangieri sono le strade con le quotazioni maggiori: buonuscite da 350.000 a 1.200.000 euro e costo al mq di affitto fino a 1.400 euro.
A Firenze primo posto per via De’ Tornabuoni (da 1 a 3 milioni di euro la buonuscita e costo al mq. dell’affitto fino a 2.500 euro).