

MERCATO IMMOBILIARE

E IMPRESE ITALIANE

a cura di

Gino Alisi
Senior Manager Nexen

Alice Ciani
*Centro Studi sull'Economia Immobiliare di **Tecnoborsa** – CSEI*

Filippo Mercurelli Salari
Esperto Real Estate

Un'analisi nelle aree metropolitane delle piccole e medie imprese del terziario e dell'artigianato con un approfondimento sui gestori dei patrimoni immobiliari

1. Introduzione

Da molti anni ormai il Centro Studi per l'Economia Immobiliare (Csei) di **Tecnoborsa** – all'interno dell'attività di analisi dell'economia immobiliare italiana – analizza la relazione tra le famiglie e il mercato immobiliare, svolgendo annualmente una ricerca demoscopica che è divenuta progressivamente un punto di riferimento per gli esperti del settore; dallo scorso anno, il Csei ha esteso il campo di indagine alle imprese e dunque al mercato business, completando quindi così lo scenario di analisi dell'immobiliare italiano.

In questo articolo vengono quindi presentati i risultati principali di due ricerche svolte tra giugno e dicembre 2011:

- un'indagine quantitativa su un campione rappresentativo di imprese italiane che operano nel terziario (commercio, turismo e servizi) e le aziende artigiane appartenenti agli altri settori (agricoltura, manifattura e costruzione);
- un'indagine qualitativa sui gestori dei patrimoni immobiliari.

L'insieme delle due indagini fornisce un quadro completo e interessante del mercato *business*, e cerca di dare una risposta alle seguenti domande: come sta cambiando l'immobile a supporto dell'attività di impresa? Quali sono i *driver* che ne hanno determinato il cambiamento e le modalità di godimento negli ultimi anni? Quali tendenze emergono per il prossimo futuro?

Trattandosi di un mercato, di uno spazio, in cui le forze della domanda si confrontano con le forze dell'offerta, si è scelto di analizzare separatamente nelle modalità di seguito esposte, i due attori del mercato immobiliare:

- le imprese, gli utilizzatori, da una parte;
- i proprietari immobiliari o gli operatori che operano per loro conto (i gestori), dall'altra.

Sebbene l'oggetto dell'indagine sia l'immobile a strumento dell'attività di impresa, e sebbene si sia certamente cercato di raccogliere i dati delle parti coinvolte su argomenti affini, si è però evitato di porre le stesse domande simmetricamente alle due parti. Il tentativo è stato, invece, di porre delle domande pertinenti in relazione al ruolo dell'intervistato, sia esso azienda utilizzatrice, da un lato, che gestore/proprietario dall'altra.

Va sottolineato, inoltre, che l'oggetto dell'indagine è l'immobile e il suo utilizzo e non il *business* immobiliare. Tale distinzione è particolarmente importante nel momento in cui si riferisce ai gestori dei fondi immobiliari; si è dunque evitato di spostare l'attenzione sulla profittabilità e sulla congiuntura economica in corso, al fine di cogliere i *trend* di medio e lungo periodo che sottostanno alla modifica del settore.

Le sezioni che seguono riportano i risultati delle due indagini realizzate. L'ultimo capitolo del lavoro è dedicato alla sintesi finale. In appendice, vengono infine riportati i risultati dell'indagine sulle imprese per settore di attività economica.

2. L'immobile a supporto dell'attività di impresa: il punto di vista delle aziende

2.1. I contenuti dell'indagine

La sezione iniziale del questionario affronta tre argomenti:

- a) la funzione d'uso dei locali utilizzati attualmente;
- b) il titolo di godimento degli immobili in oggetto;
- c) gli strumenti di finanziamento dell'acquisto.

La seconda parte del questionario approfondisce il fenomeno della mobilità dell'impresa, esplorando le ragioni sottostanti al cambiamento (o al mancato cambiamento) della sede. Nello specifico i punti esaminati sono i seguenti:

- a. rispetto al passato, alle aziende che hanno cambiato sede negli ultimi dieci anni, si chiede il motivo del cambiamento; viceversa, dalle aziende che non hanno cambiato sede se ne approfondisce la situazione, in modo da comprenderne le ragioni;
- b. rispetto al futuro prossimo (in un orizzonte di 12 mesi dall'intervista), si chiede se è previsto un cambiamento di sede e le ragioni alla base di tale prospettiva. Il tema viene approfondito chiedendo verso quale titolo di godimento (acquisto vs. locazione), l'azienda intende orientarsi e nel caso dell'acquisto, l'eventuale strumento di credito che si ha intenzione di utilizzare.

L'ultima parte del questionario è dedicata a valutare il grado di soddisfazione dell'immobile attualmente in uso.

2.2. La sintesi dei risultati

Il 59,8% delle aziende intervistate utilizza la sede rilevata come ufficio, il 42,2% per la vendita al pubblico (essenzialmente attività commerciali) e il 31,5% per la produzione (es. capannoni, magazzini, ecc.). Si ricorda, peraltro, che sono esclusi dalla rilevazione gli stabilimenti industriali, il cui mercato risponde a logiche ed esigenze evidentemente diverse.

L'utilizzazione della sede di riferimento come ufficio prevale ovviamente nei servizi (76,4%) ma anche nelle costruzioni (72,7%), dove chiaramente l'attività produttiva si

esplica essenzialmente al di fuori dei locali dell'impresa. L'attività di produzione è invece maggiormente diffusa nelle sedi oggetto di campionamento per le attività manifatturiere di tipo artigianale (64,6%).

Gli immobili nei quali operano le aziende, con riferimento alle sedi considerate, sono per lo più in affitto (56,7% delle aziende), sono in *leasing* per il 26,0% mentre per il 15,7% risultano nella proprietà o comunque nella disponibilità delle imprese. La tabella seguente evidenzia la relazione tra funzione d'uso e titolo di utilizzo dell'immobile (si ricorda che il totale di colonna può essere superiore a 100% per la ovvia molteplicità della funzione d'uso della sede); si noti in particolare come il leasing risulti superiore nel caso di utilizzazione dell'immobile come ufficio (*graf. 1*).

GRAFICO 1

TITOLO DI UTILIZZO E FUNZIONE D'USO DELLA SEDE

(val. %)

Funzione d'uso	Totale	Titolo di utilizzo			
		in affitto	in leasing	di proprietà	parte in affitto e parte di proprietà
Ufficio	59,8	56,7	68,7	55,1	69,2
Produzione (es. capannoni, magazzini)	31,5	31,8	31,8	29,1	37,8
Vendita al pubblico (ad es. un negozio)	42,2	43,6	36,5	45,6	50,2
Base campione	2219	1199	706	269	45

Fonte: **Tecnoborsa**

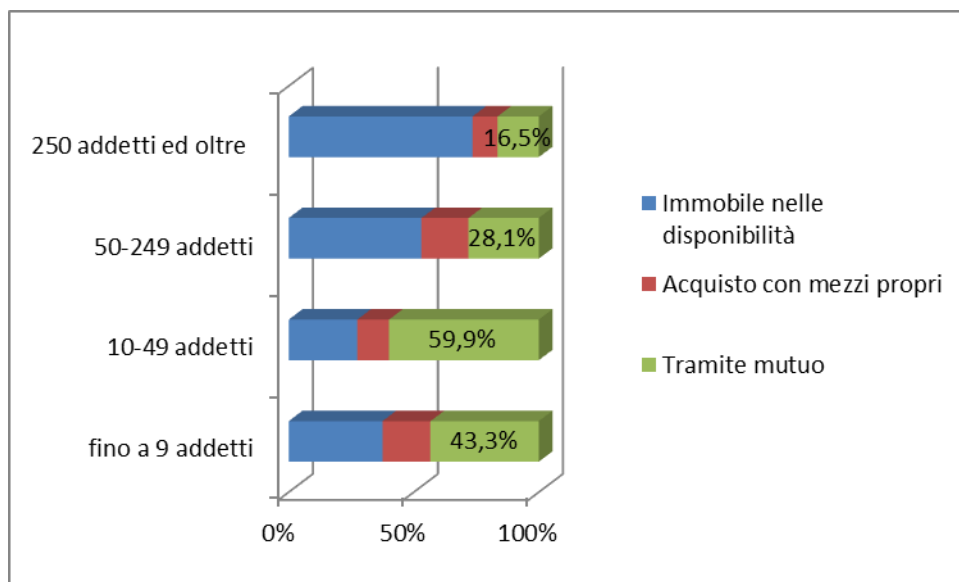
Tra le imprese che hanno dichiarato di essere localizzate in un immobile di proprietà, nel 44,3% dei casi l'acquisto è avvenuto attraverso il ricorso ad un mutuo un valore apparentemente minore rispetto a quello riscontrabile nel mercato residenziale; ma se si considera che il 36,9% delle imprese che ha sede in un immobile che rientra nella loro disponibilità, l'acquisto tramite finanziamento bancario diviene largamente prevalente.

E' interessante, peraltro, notare come la dimensione d'impresa influisca nella scelta del ricorso al mutuo, per le imprese che hanno dichiarato di utilizzare una sede almeno parzialmente in proprietà: una scelta che vale soprattutto per le aziende di dimensione inferiore ed, in particolare, per quelle sino a 50 addetti (*graf.2*).

GRAFICO 2

RICORSO A UN FINANZIAMENTO PER ACQUISTARE L'IMMOBILE RISPETTO ALLA DIMENSIONE DELL'IMPRESA

(val. %)

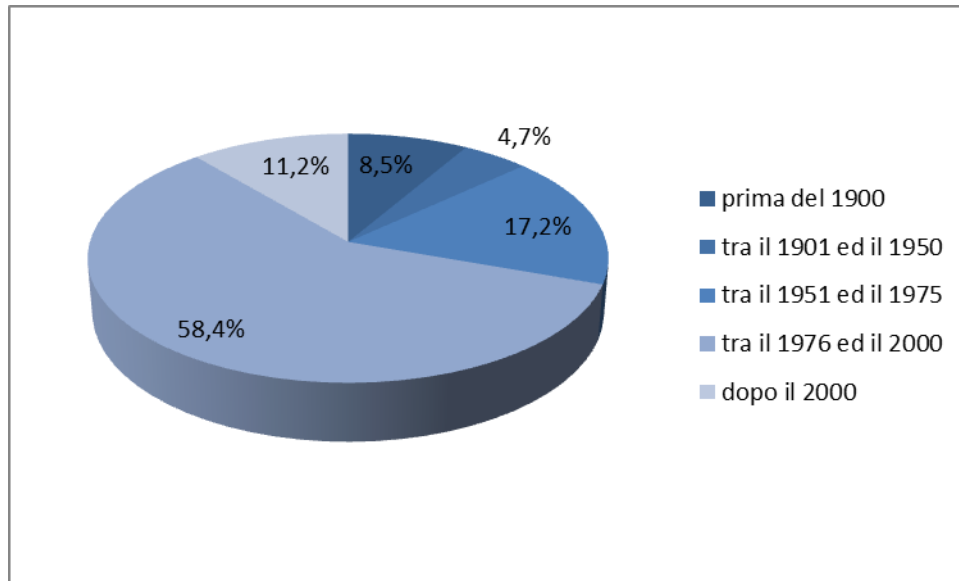


Fonte: **Tecnoborsa**

Negli ultimi dieci anni hanno cambiato la propria sede il 16,8% delle società intervistate, un valore quindi piuttosto limitato, con differenze molto sensibili per territorio, tipologia di attività e dimensione, che si evidenzieranno in seguito.

Va detto che una buona parte delle aziende del campione è di recente costituzione e quindi chiaramente fuori target rispetto ad uno spostamento di sede (*graf.3*).

GRAFICO 3
CAMBIAMENTO DI SEDE
RISPETTO ALL'ANNO DI COSTITUZIONE DELL'IMPRESA
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

Le ragioni che hanno spinto, o che spingono, le aziende a cambiare sede sono sostanzialmente tre:

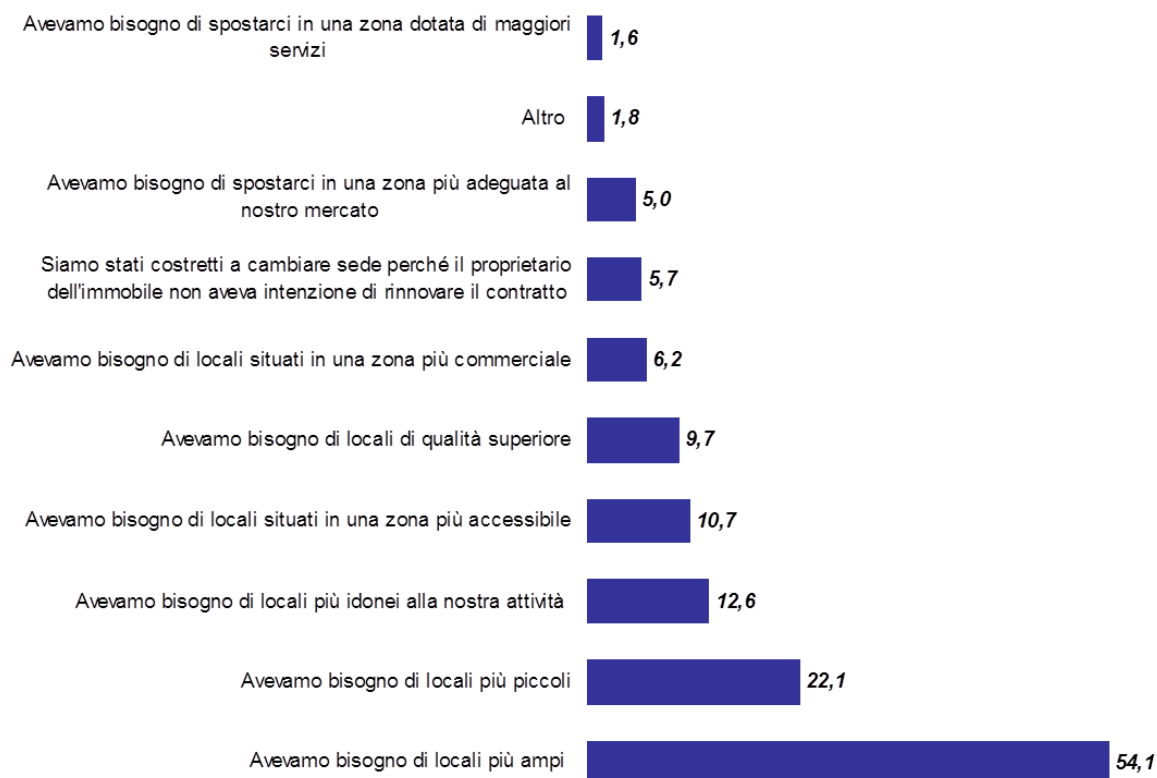
- la necessità di locali più ampi, per un'ampia maggioranza dei rispondenti (54,1%);
- l'esigenza di locali di minori dimensioni (22,1%);
- la ricerca di locali maggiormente idonei alla propria attività (12,6%), con ciò intendendo per lo più una *location* più adatta, in particolare per quanto concerne la clientela.

Sono quindi le prospettive di sviluppo che determinano una più forte spinta al cambiamento della sede d'impresa, mentre - come si vedrà anche oltre - il *downsizing* è una scelta difficile e perseguita solo in caso di assoluta necessità (*graf.4*).

GRAFICO 4

MOTIVAZIONI PER IL CAMBIO DI SEDE

(val. %)



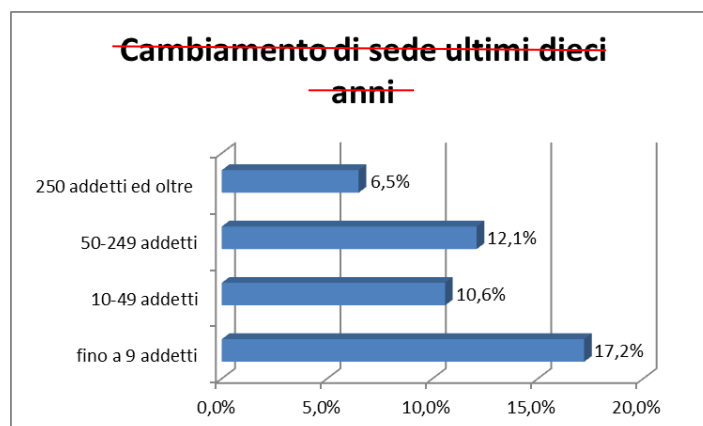
Fonte: **Tecnoborsa**

Il cambiamento di sede è inversamente correlato alla dimensione d'impresa, come mostra il grafico seguente e dunque legato - non solo ma anche - ai costi ed alle difficoltà logistiche (*graf.5*).

GRAFICO 5

CAMBIAMENTO DI SEDE RISPETTO ALLA DIMENSIONE

(val. %)



Fonte: Tecnoborsa

Si riscontrano anche differenze settoriali molto significative¹, e in particolare, una relativa minore mobilità nel commercio, categoria in cui solamente l'11% circa delle imprese si è spostata di sede nel corso dell'ultimo decennio, fenomeno che si spiega tanto con i pericoli della perdita della clientela quanto anche con la difficoltà (spesso impossibilità), di riutilizzare efficientemente un *layout* e un arredamento su cui si è fatto in genere un importante investimento.

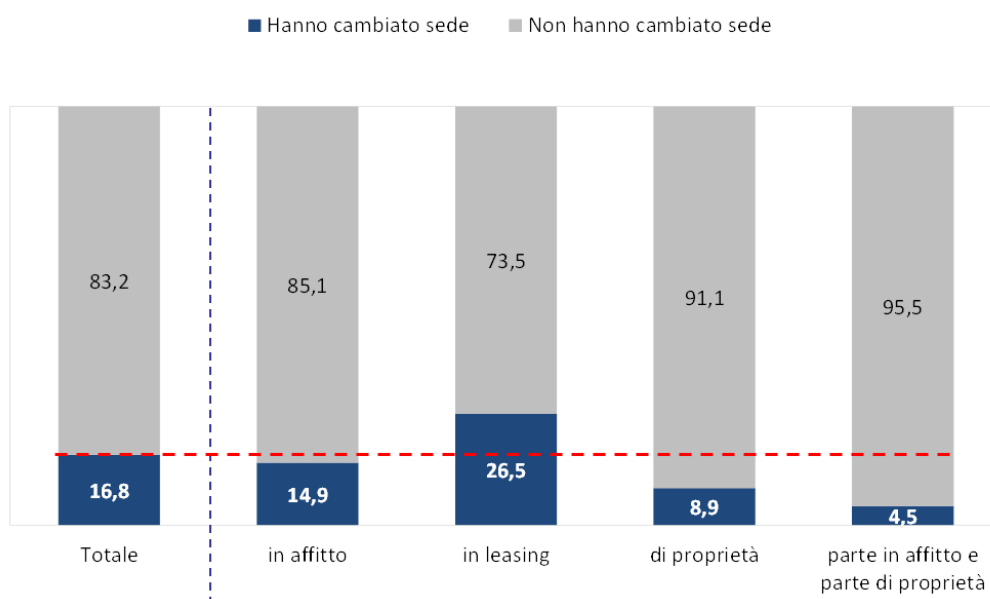
Un dato di un certo rilievo emerge analizzando le aziende in funzione del cambiamento o meno della sede nella quale svolgono l'attività economica e del titolo di utilizzo della sede attuale, ovvero della nuova sede, per quanto concerne le aziende che si sono trasferite negli ultimi dieci anni. Si può infatti notare come tra coloro che hanno cambiato localizzazione vi sia una particolare e significativa utilizzazione dello strumento del *leasing* immobiliare (*graf.6*).

¹ Cfr. Paragrafo 4 del presente Capitolo.

GRAFICO 6

TITOLO DI UTILIZZO E CAMBIAMENTO DI SEDE

(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

La relativa scarsa propensione alla costosa mobilità della propria sede trova comunque origine in un livello di soddisfazione generalmente molto elevato rispetto all'attuale localizzazione: l'87,8% del campione ha infatti dichiarato di essere molto o abbastanza soddisfatto della sede utilizzata attualmente; il 5,9% ha affermato di essere mediamente soddisfatto; solo il 6,4% è poco o per nulla soddisfatto. L'impegnativa scelta della sede, che per certi versi – come nel caso, ad esempio, del commercio – rappresenta uno dei fattori critici del successo d'impresa, viene dunque perseguita con grande oculatezza da parte delle aziende italiane, una scelta evidentemente molto ponderata e che consegue risultati positivi nel tempo. A conferma della tesi, si può altresì notare come l'indicatore del livello di soddisfazione è maggiore presso le aziende che hanno cambiato sede negli ultimi dieci anni: valore soddisfazione pari a 87,8%, contro l'81,3% pari al valore medio nazionale.

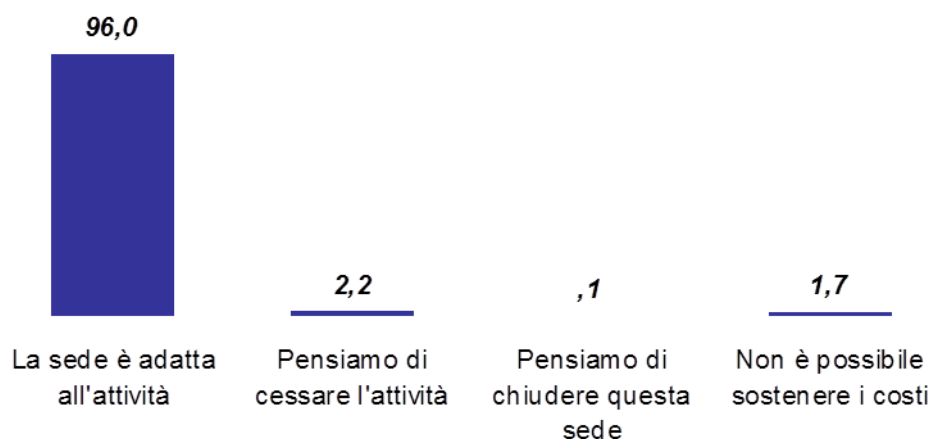
Si noti, inoltre, che la soddisfazione per l'attuale sede cresce linearmente con il crescere della dimensione d'impresa, verosimilmente anche per un investimento più rilevante e, dunque, maggiormente ponderato; relativamente al settore non si evidenziano, invece, differenze degne di particolare nota.

Le aziende che negli ultimi dieci anni non hanno mai cambiato sede sono state dunque l'83,2%. Di queste, la stragrande maggioranza (76,8%), non ha mai ritenuto di dover cambiare, mentre solo il 2,6% sta considerando l'ipotesi; il 3,8% ha, inoltre,

valutato nel passato il cambiamento, senza però procedere effettivamente allo spostamento. All'interno di tale aggregato le imprese che hanno valutato l'idea di cambiare sede, senza riuscirci o comunque abbandonando tale proposito, sono risultate in prevalenza le piccole (10-49 addetti), operative per lo più nel settore del commercio. Alla base dell'abbandono del progetto di trasferimento ci sono le difficoltà organizzative che il cambiamento avrebbe comportato, il costo dell'affitto della nuova sede, superiore rispetto a quello della sede precedente, le difficoltà di trovare le risorse finanziarie necessarie per passare alla nuova sede, il timore di perdere la propria clientela e, infine, le difficoltà nel trovare una sede adeguata alle proprie esigenze (graf. 7).

GRAFICO 7

MOTIVAZIONI CONTRO L'INTENZIONE DI UN CAMBIAMENTO DI SEDE (val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

Le aziende hanno messo in evidenza diverse problematiche incontrate pensando di cambiare la sede della propria attività:

- le difficoltà che il cambiamento avrebbe comportato (43,8%): sostanzialmente, oltre quattro aziende ogni dieci avrebbero desiderato cambiare sede, ma hanno preferito restare in quella che avevano per le difficoltà organizzative che il cambiamento avrebbe comportato;
- l'8,7% ha scartato l'idea trovando meno conveniente il contratto di affitto della nuova sede rispetto al contratto della sede nella quale erano e sono; il 10,0% ha scartato l'idea di cambiare sede per una ragione sostanzialmente analoga,

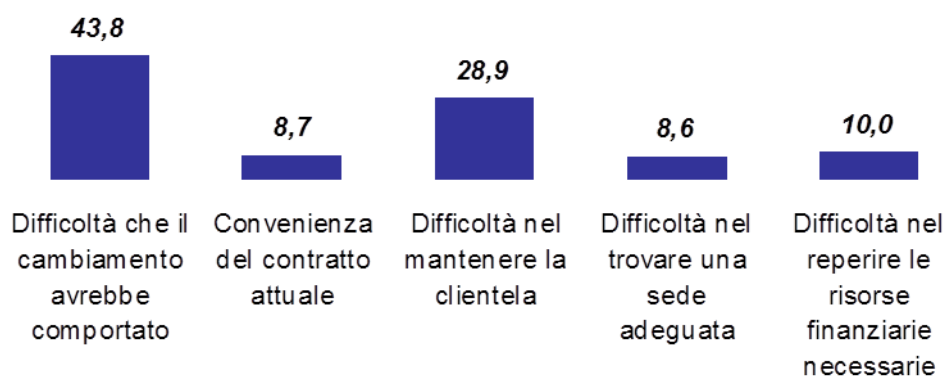
ossia per la difficoltà di trovare le risorse finanziarie necessarie per passare alla nuova sede;

- il 28,9% ha scartato l'idea di cambiare sede nel timore di perdere la propria clientela e l'8,6% delle aziende, infine, ha preferito restare nella sede nella quale operava non avendo trovato una *location* adeguata alle proprie esigenze (*graf.8*).

GRAFICO 8

MOTIVAZIONI PER IL MANCATO CAMBIAMENTO DI SEDE

(val. %)

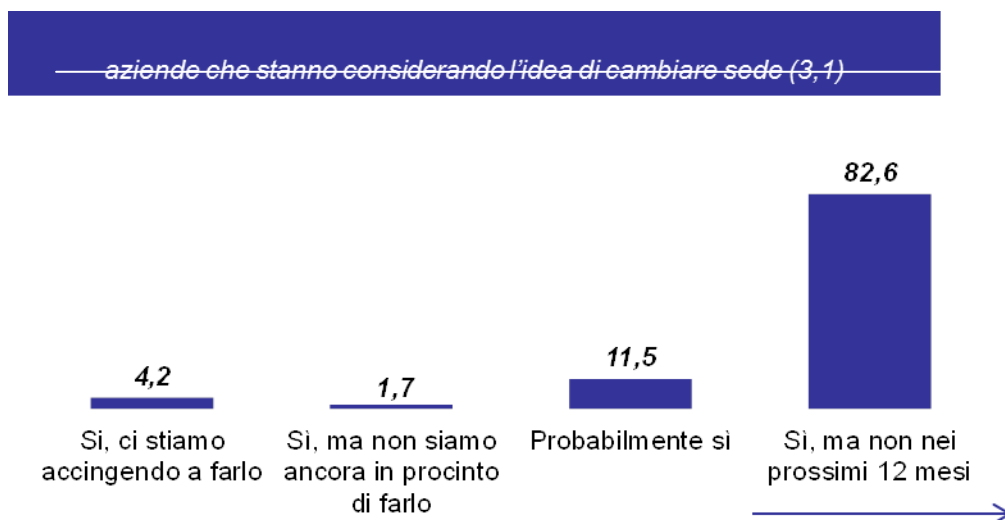


Fonte: **Tecnoborsa**

Sono pochissime, ma non una quota irrilevante (3,1%) le imprese che hanno intenzione di cambiare sede in futuro, ma per l'82,6% di esse l'orizzonte è certamente superiore ai dodici mesi, e quindi chiaramente abbastanza indeterminato; si noti che per oltre la metà di coloro che con ogni probabilità cambieranno nei prossimi dodici mesi vi è la prospettiva di una sede di proprietà (53,4%), mentre la restante quota acquisterà in modo proporzionale con *leasing* o affittando: sembra dunque emergere una tendenza di un certo rilievo alla patrimonializzazione che, se confermata, potrà fornire interessanti spunti di riflessione futura ed opportunità nel mercato immobiliare (*graf.9*).

GRAFICO 9

IMPRESE CHE HANNO INTENZIONE DI CAMBIARE SEDE (val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

3. L'immobile a supporto dell'attività di impresa: il punto di vista del proprietario dell'immobile o di colui che lo rappresenta nella gestione

3.1. I contenuti dell'indagine

L'indagine è divisa in quattro sezioni:

- la prima sezione è rivolta a scattare una fotografia della situazione attuale. Vuole fornire una misura dell'ampiezza dei portafogli in gestione al momento attuale, la sua distribuzione sul territorio nazionale (Nord, Centro, Sud), la destinazione d'uso, la distribuzione in relazione alla dimensione del Comune presso il quale sono ubicati gli immobili, la posizione in relazione al centro città o la periferia;
- la seconda sezione indaga gli stessi parametri con attenzione, però, all'evoluzione che ha avuto luogo negli ultimi cinque anni;
- la terza sezione vuole cogliere, sempre sulle stesse variabili, le tendenze che i gestori si aspettano nel prossimo futuro in riferimento ai propri portafogli;
- l'ultima sezione tende a neutralizzare l'impellenza della gestione corrente. Ai gestori viene chiesto, infatti, sulla base della loro esperienza, quali saranno,

in futuro, i *driver* progettuali nel settore immobiliare rivolto alle aziende. E' una *sensitivity analysis* a cui il *panel* è sottoposto chiedendo una valutazione compresa tra 0 e 10 di una *check list*.

3.2. La sintesi dei risultati

3.2.1. Lo stato attuale

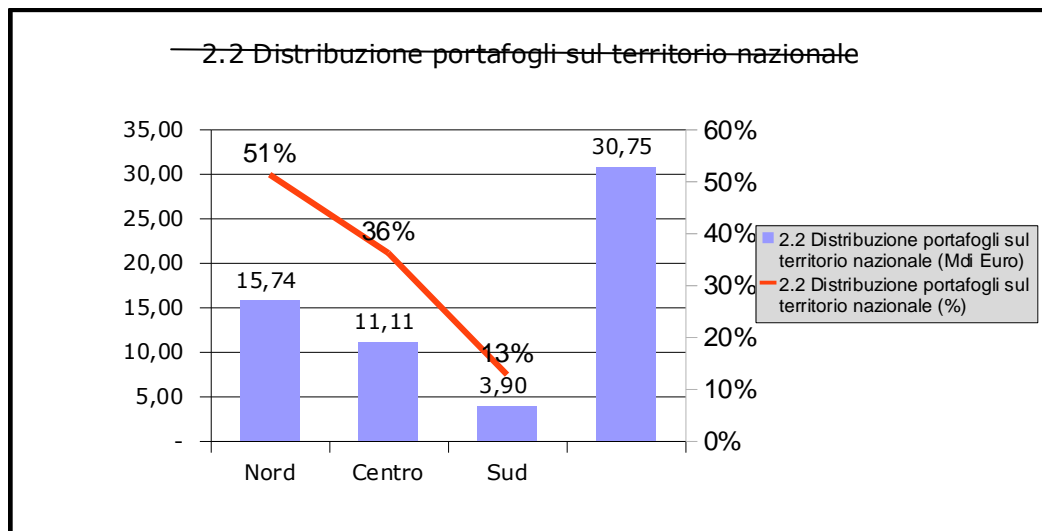
Tutti gli operatori intervistati operano da un lasso di tempo superiore ai cinque anni, e solamente il 3% del *panel* (espresso in termini di massa amministrata), gestisce immobili di proprietà, essendo il residuo 97% composto da gestori puri.

La sede direzionale degli operatori intervistati è ubicata nel 30% dei casi nel centro Italia e il restante al Nord, ma la massa amministrata che fa riferimento agli operatori con sede nel Centro Italia è pari al 55%.

In termini di distribuzione geografica, i 30,8 mld di euro dei portafogli oggetto dell'indagine sono ubicati per circa 15,74 mld al Nord (51%), 11,11 mld nel Centro Italia (pari al 36%), 3,9 mld nel Sud Italia (13%) (*graf. 10*).

GRAFICO 10

DISTRIBUZIONE PORTAFOGLI IN GESTIONE SUL TERRITORIO NAZIONALE
(val. % - mld euro)



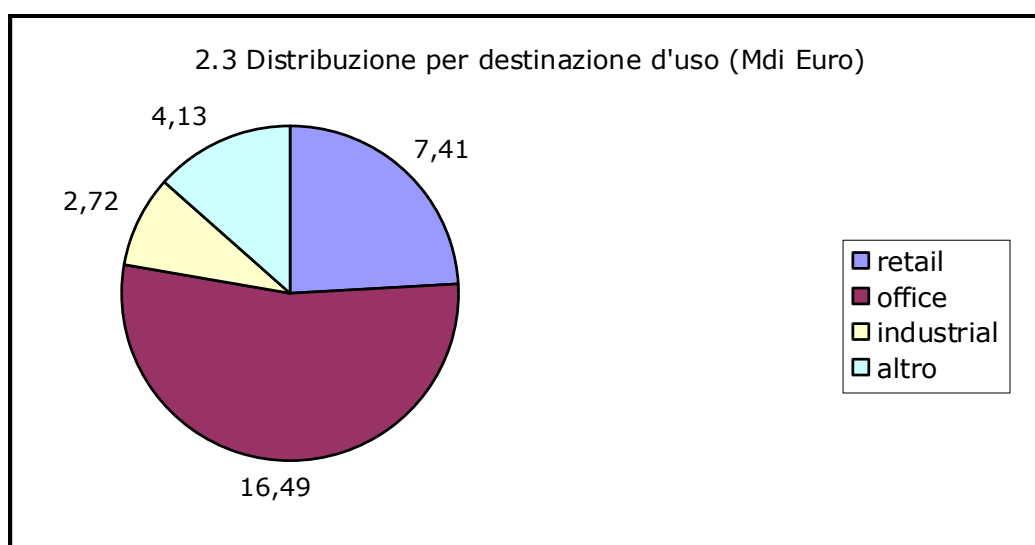
Fonte: **Tecnoborsa**

La destinazione d'uso dei portafogli è divisa in 7,4 mld di euro nel *retail* (il 24%), 16,49 mld di euro in uffici (54%), e 2,72 mld con destinazione industriale, pari al 9% del totale. La logica di gestione prevalente e i sistemi informativi in uso presso le

società di gestione hanno suggerito l'inserimento anche degli immobili industriali (esclusi dalla ricerca rivolta alle aziende). Sarebbe stato difficile scorporare l'aggregato in termini statistici ed, inoltre, nella logica di gestione dei grandi portafogli, l'immobile artigianale tende ad essere considerato alla stregua dell'immobile industriale. A tale riguardo, va osservato che gli immobili utilizzati per la logistica sono stati assimilati al comparto industriale (*graf. 11*).

GRAFICO 11

DISTRIBUZIONE PER DESTINAZIONE D'USO
(mld euro)



Fonte: **Tecnoborsa**

E' stata introdotta una categoria residuale, indicata nei grafici come altro che comprende gli immobili ad uso produttivo non riconducibile alle categorie precedenti (residenze per anziani, hotel, etc). E' un aggregato rilevante, pari a circa 4 miliardi di euro, il 13% dell'intero portafoglio.

Ulteriore dimensione dell'universo considerato è la distribuzione dei portafogli in relazione all'ampiezza del Comune di appartenenza. Al fine della ricerca è stato definito grande centro urbano il Comune con popolazione superiore a 500.000 abitanti. Secondo tale spartiacque emerge una marcata concentrazione dei portafogli nei grandi centri: 19,75 mld sono, infatti, ubicati nei grandi centri pari al 64% del totale.

Particolare attenzione è stata conferita al comparto *retail* che, come emerge anche dai dati seguenti, è probabilmente il comparto più dinamico, sia in relazione all'analisi degli ultimi cinque anni sia rispetto alle aspettative sul prossimo futuro. Nello specifico, limitatamente agli operatori che dispongono di una significativa quota

di immobili *retail* è stato chiesto quale quota di tali immobili fosse costituita da grandi strutture organizzate (*shopping mall, retail park*), rispetto agli immobili *high street*. Ai soli immobili *high street* è stata inoltre chiesta una valutazione da 1 a 10 in relazione alla qualità commerciale della posizione. Ne è risultato che gli operatori intervistati dispongono di un 40% degli immobili su strada e che la loro qualità media è pari a un valore di 4,9, dunque non particolarmente validi.

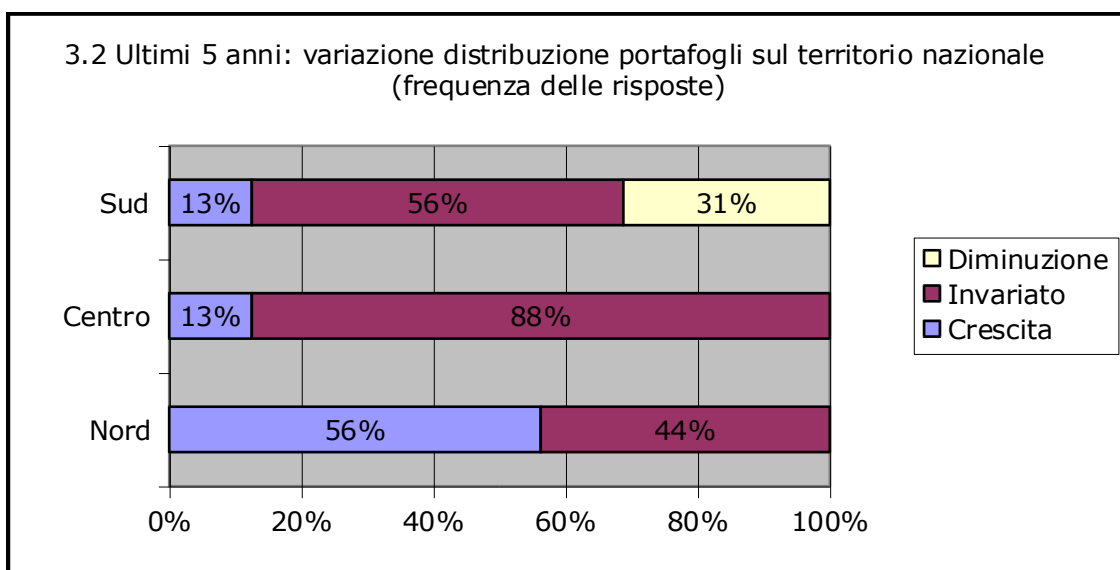
3.2.2. Gli ultimi cinque anni della gestione immobiliare

Sebbene sia stato chiesto al *panel* degli intervistati se nel corso degli ultimi cinque anni abbiano rilevato una tendenza, da parte dei conduttori, alla locazione rispetto la compravendita, è emerso che tale domanda, rivolta ai gestori di portafogli terzi, genera risposte distorte: la disponibilità di un fondo immobiliare a cedere un immobile in locazione/vendita, dipende dalle strategie e dai regolamenti dei singoli fondi immobiliari (quali, ad esempio, la durata), che sono assunti dal gestore al momento del conferimento del mandato.

La modifica della distribuzione sul territorio italiano dei portafogli immobiliari ha visto lo spostamento dell'interesse verso il Centro Nord² (*graf. 12*).

GRAFICO 12

VARIAZIONE DISTRIBUZIONE PORTAFOGLI SUL TERRITORIO NAZIONALE
NEGLI ULTIMI CINQUE ANNI
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

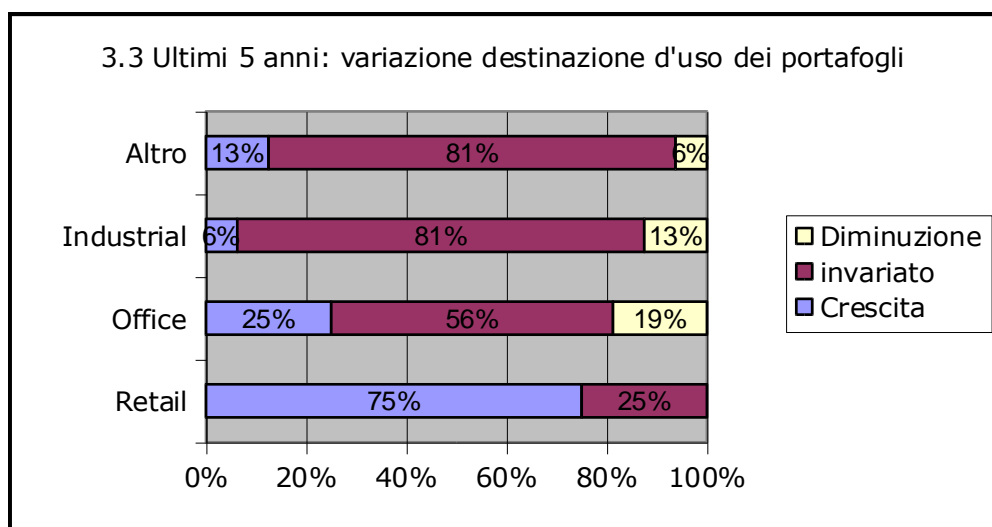
² I dati sono espressi in termini di frequenza delle risposte, non di variazione del valore dei portafogli.

La destinazione d'uso ha visto una grande dinamica verso gli immobili commerciali, quasi il 75% degli intervistati registra una crescita in tal senso. Quasi costante il peso degli uffici, in leggero calo la componente con destinazione industriale (*graf. 13*).

GRAFICO 13

VARIAZIONE DESTINAZIONE D'USO DEI PORTAFOGLI NEGLI ULTIMI CINQUE ANNI

(val. %)



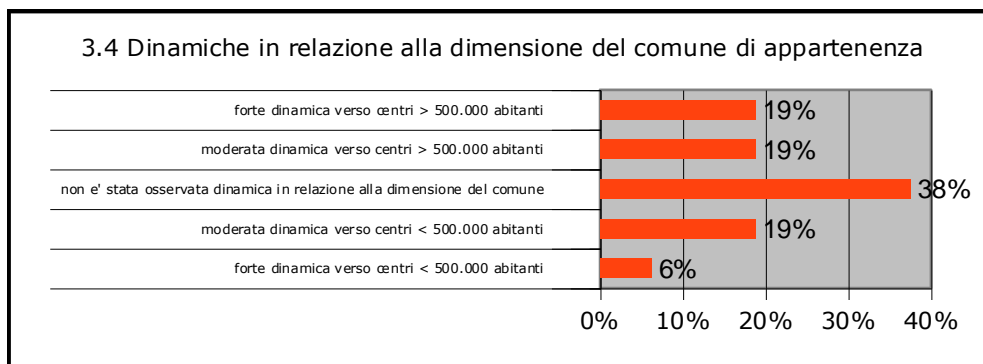
Fonte: **Tecnoborsa**

Nel corso degli ultimi cinque anni gran parte degli operatori non ha gestito un significativo spostamento verso i grandi centri. Tra coloro, però, che hanno visto dei mutamenti, ha predominato la maggiore allocazione verso le aree metropolitane principali: il 38% ha assistito ad una moderata o forte dinamica verso i grandi centri, rispetto al 25% che hanno spostato l'attenzione verso i piccoli centri (*graf. 14*).

GRAFICO 14

DINAMICHE IN RELAZIONE ALLA DIMENSIONE DEL COMUNE DI APPARTENENZA

(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

La posizione degli immobili in relazione al tessuto urbano, nel corso degli ultimi cinque anni, mostra una sostanziale stabilità, predominando, però, tra coloro che hanno affrontato delle variazioni, la maggiore importanza verso il centro città (graf. 15).

GRAFICO 15

DISTRIBUZIONE NEL TESSUTO URBANO

(val. %)



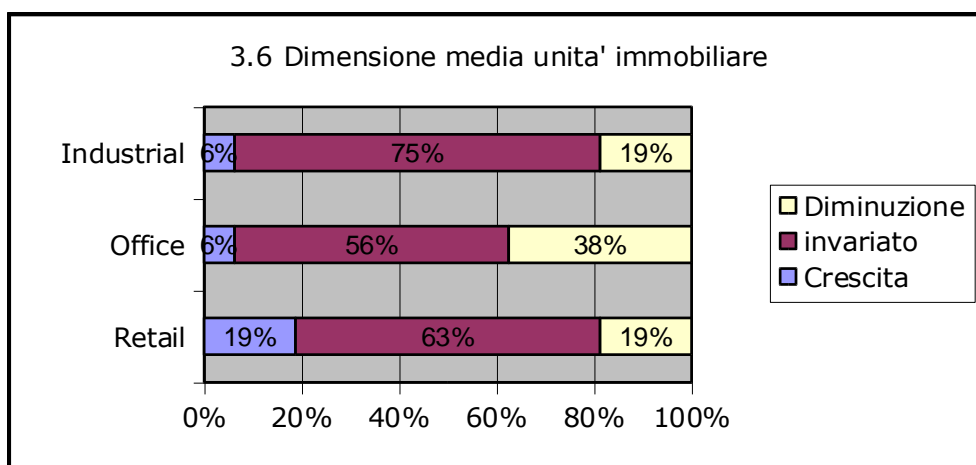
Fonte: **Tecnoborsa**

Le singole unità immobiliari, ad eccezione del *retail* che appare stabile, hanno mostrato una leggera diminuzione in termini di dimensione media. Tale fenomeno è stato più marcato per gli uffici (*graf. 16*).

GRAFICO 16

DIMENSIONE MEDIA UNITA' IMMOBILIARE

(val. %)



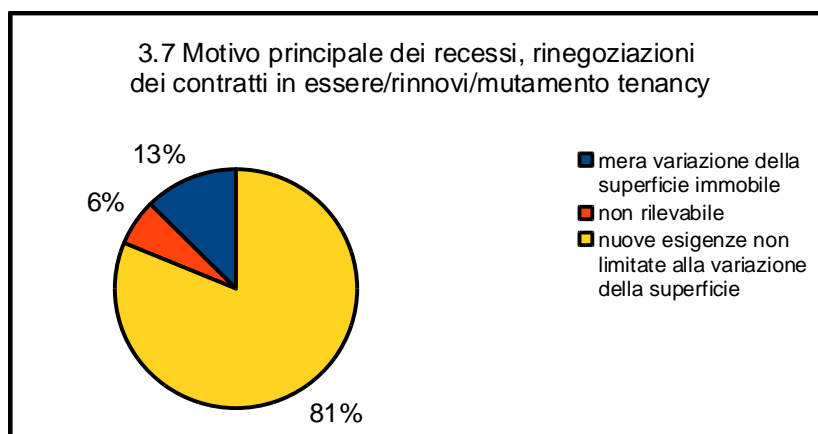
Fonte: **Tecnoborsa**

I gestori hanno certamente dovuto affrontare dei mutamenti nell'inquilinato aziendale. Indipendentemente dagli eventi che hanno determinato i cambiamenti, dovuti al contratto (recesso, scadenza naturale del contratto), oppure eventi nuovi che hanno avuto luogo nel corso della locazione, quasi mai la dimensione dell'immobile locato (necessità di un immobile più grande vs immobile più piccolo), esaurisce il motivo del cambiamento (*graf. 17*).

GRAFICO 17

MOTIVO PRINCIPALE DEI RECESSI, RINEGOZIAZIONI DEI CONTRATTI IN ESSERE/RINNOVI/MUTAMENTO TENANCY

(val. %)



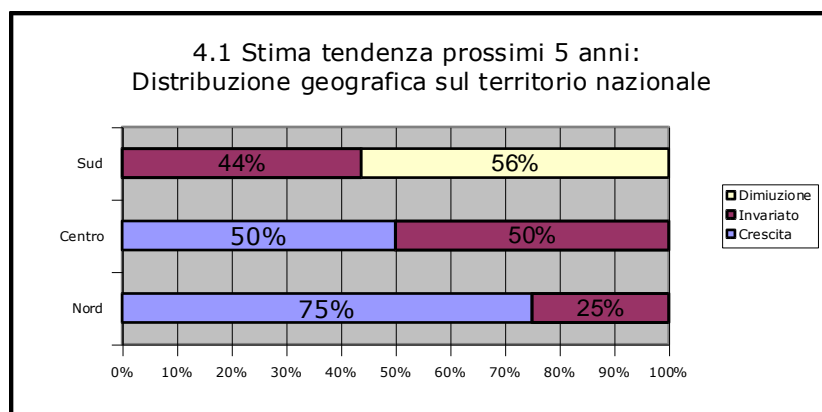
Fonte: **Tecnoborsa**

3.2.3. Le tendenze attese nel prossimo futuro

Nel prossimo futuro i gestori si aspettano un deciso spostamento del portafoglio gestito verso il Centro del nostro Paese e, in particolar modo, il Nord Italia nella distribuzione geografica dei loro portafogli. Il 56% degli intervistati prevede un'ulteriore diminuzione del peso del Sud Italia, a fronte di un 75% di intervistati che prevede una crescita al Nord (*graf. 18*).

GRAFICO 18

STIMA TENDENZA PROSSIMI CINQUE ANNI DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA SUL TERRITORIO NAZIONALE (val. %)

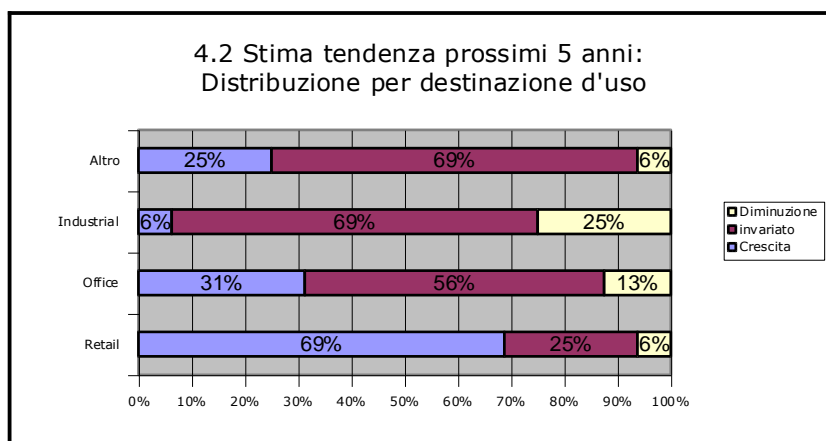


Fonte: **Tecnoborsa**

In merito alla destinazione d'uso, appare evidente la crescita della componente *retail*, confermando un *trend* già osservato nei passati cinque anni. Moderata sarà la crescita nel prodotto *office*, diminuirà l'industriale e crescerà l'attenzione degli immobilieri nei confronti dei beni che non rientrano nelle categorie canoniche, indicato come altro (*graf. 19*).

GRAFICO 19

STIMA TENDENZA PROSSIMI CINQUE ANNI DISTRIBUZIONE PER DESTINAZIONE D'USO (val. %)

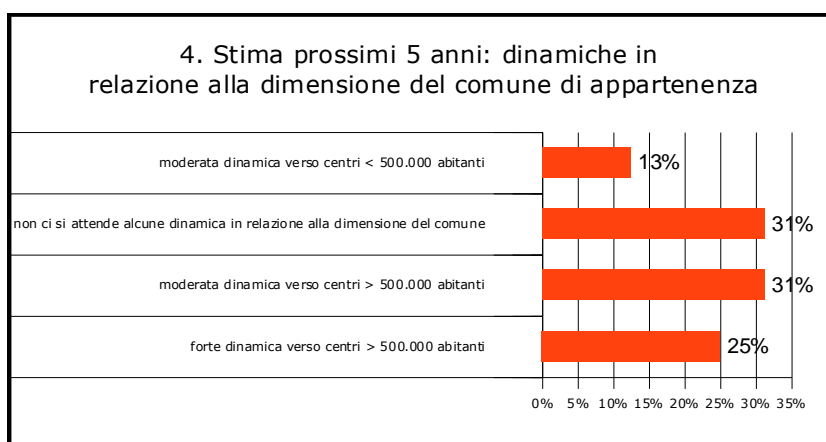


Fonte: **Tecnoborsa**

I grandi centri urbani catalizzeranno l'attenzione in maniera drastica (56% degli intervistati) e solamente il 13% si aspetta un interesse immobiliare verso i piccoli centri (graf.20).

GRAFICO 20

STIMA TENDENZA PROSSIMI CINQUE ANNI DINAMICHE IN RELAZIONE ALLA DIMENSIONE DEL COMUNE DI APPARTENENZA (val. %)

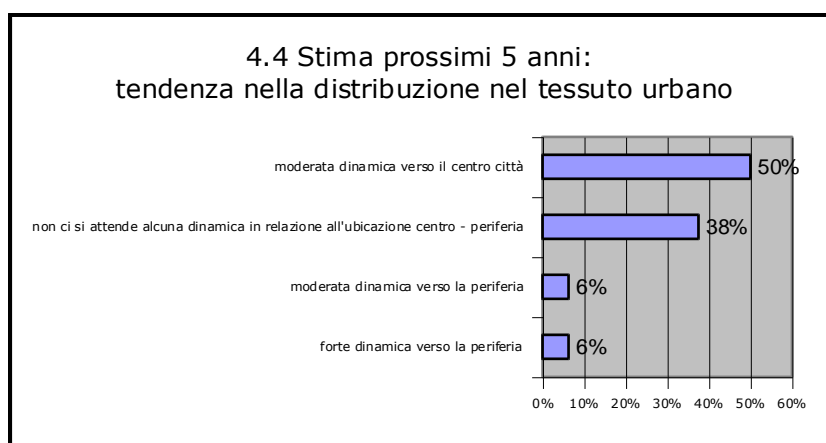


Fonte: **Tecnoborsa**

Il centro città sarà sempre più importante, anche se un numero rilevante di intervistati non prevede comunque una significativa mutazione nei propri portafogli. Probabilmente, ciò dipende dalla ricerca di un equilibrio nei rendimenti dei portafogli, in quanto tradizionalmente il centro città presenta dei saggi di rendimento minori (graf.21).

GRAFICO 21

STIMA TENDENZA PROSSIMI CINQUE ANNI TENDENZA NELLA DISTRIBUZIONE NEL TESSUTO URBANO (val. %)

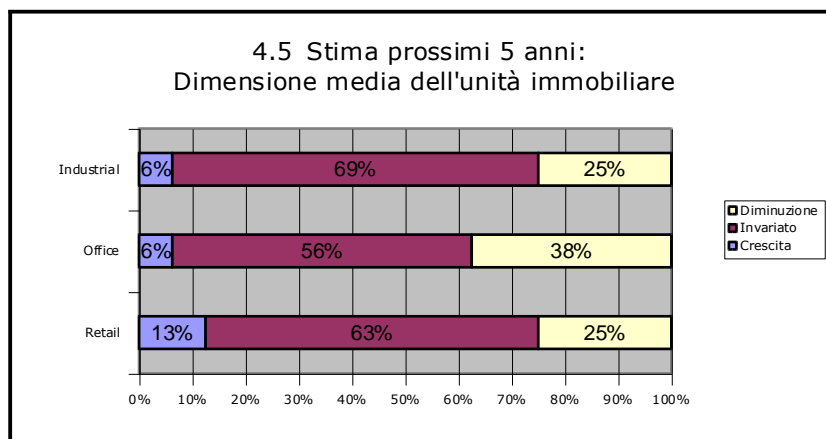


Fonte: **Tecnoborsa**

Ci si attende che la dimensione media delle unità immobiliari tenda a diminuire. In particolare, saranno gli uffici ad avere in futuro una metratura media inferiore all'attuale (graf.22).

GRAFICO 22

STIMA TENDENZA PROSSIMI CINQUE ANNI DIMENSIONE MEDIA DELL'UNITA' IMMOBILIARE (val. %)



Fonte: Tecnoborsa

3.2.4. I driver del business immobiliare e i fattori di complessità:

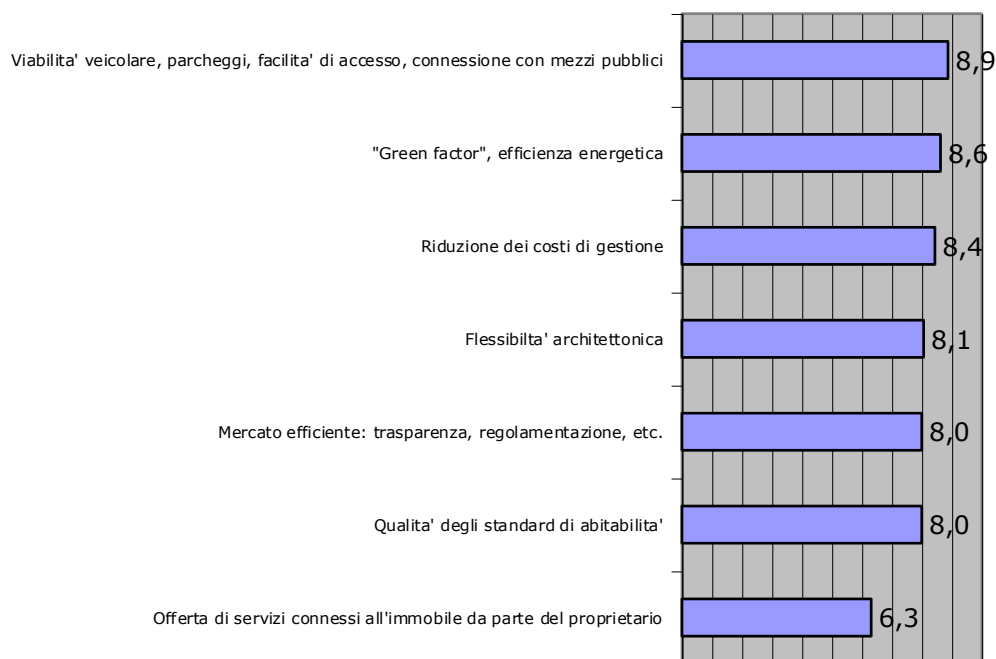
una sensitivity analysis sul futuro

L'immobile a supporto dell'attività di impresa deve essere sempre più facilmente accessibile, interconnesso con la mobilità cittadina. Al primo posto si trova la viabilità ma è sorprendente l'attenzione al *green factor* (secondo in ordine di importanza), soprattutto se si pensa alla quota significativa di immobili *retail* nel *panel*, che sembrerebbero meno sensibili a tali requisiti (rispetto a quanto lo è ad esempio, il controllo dei costi di gestione che è al terzo posto). Invece, i gestori non vedono come fattore chiave la fornitura di servizi collegati all'immobile, probabilmente ritenendo che il mercato, autonomamente, possa rispondere in modo più efficiente alle richieste dei conduttori (graf.23).

GRAFICO 23

L'IMMOBILE D'IMPRESA: I DRIVER DEL BUSINESS IN FUTURO DAL PUNTO DI VISTA DEL PROPRIETARIO IMMOBILIARE

5. L'immobile per l'impresa: i driver del business in futuro dal punto di vista del proprietario immobiliare (scala di valutazione: 0 = valore minimo; 10 = valore massimo)



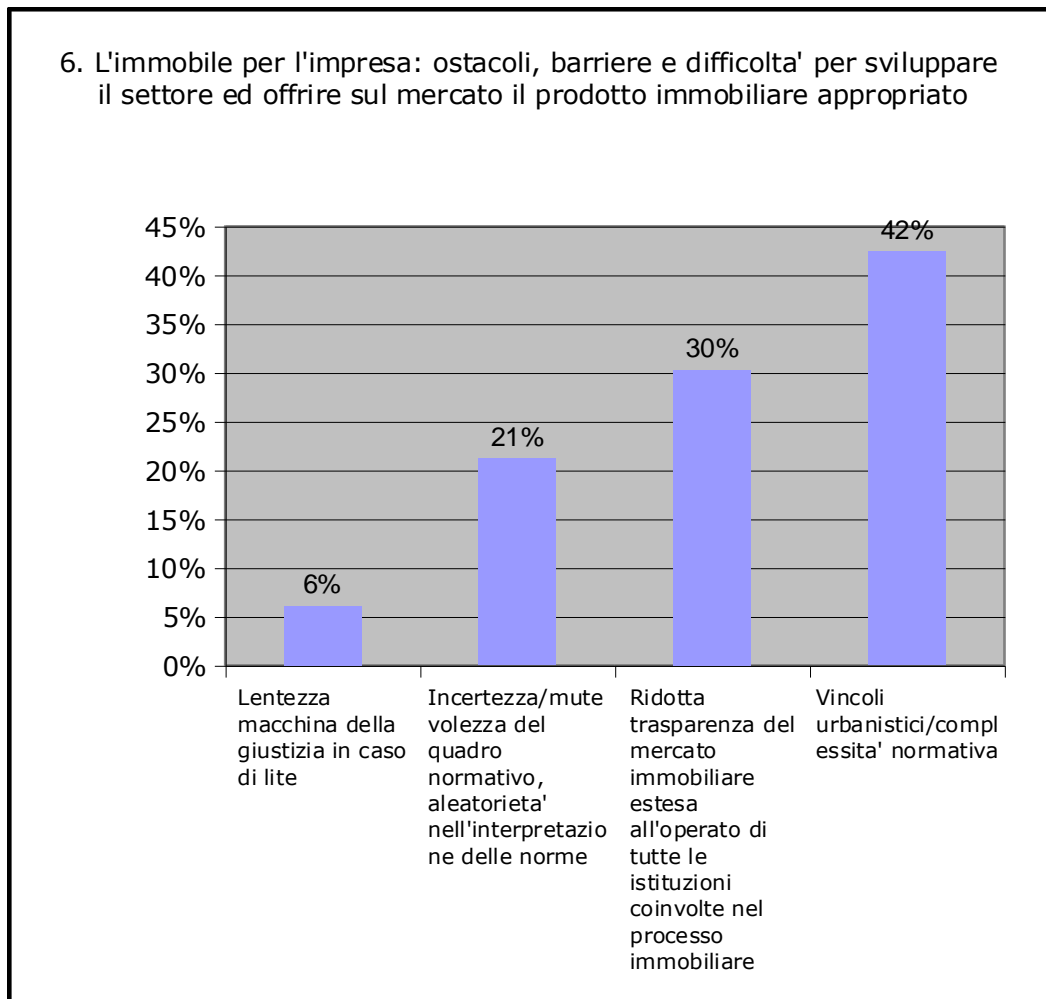
Fonte: **Tecnoborsa**

Di contro, sul fronte, degli ostacoli che i gestori intravedono nello sviluppo del settore e dei prodotti, emerge come fattore dominante la complessità normativa (votata dal 42,5% degli intervistati). Un diverso aspetto dello stesso problema, emerso nel corso delle interviste, è la mutevolezza del quadro normativo e la conseguente aleatorietà interpretativa. Sommando i dati delle due risposte il fattore di *handicap* connesso al contesto normativo sale al 63%.

Attenzione particolare merita l'*handicap* generato dalla mancanza di trasparenza del mercato. Il dato conferma quanto sopra emerso, dove, invece, alla trasparenza del mercato, vista come *driver* di sviluppo, era stato dato un valore pari a 8 (su una scala compresa tra 0 e 10) (*graf.24*).

GRAFICO 24

L'IMMOBILE D'IMPRESA: OSTACOLI, BARRIERE E DIFFICOLTA'
PER SVILUPPARE IL SETTORE E OFFRIRE SUL MERCATO
IL PRODOTTO IMMOBILIARE APPROPRIATO
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

4. L'immobile a supporto dell'attività di impresa: i settori del commercio, del turismo, dei servizi e dell'artigianato

4.1. Settore del commercio

4.1.1. Situazione immobiliare attuale

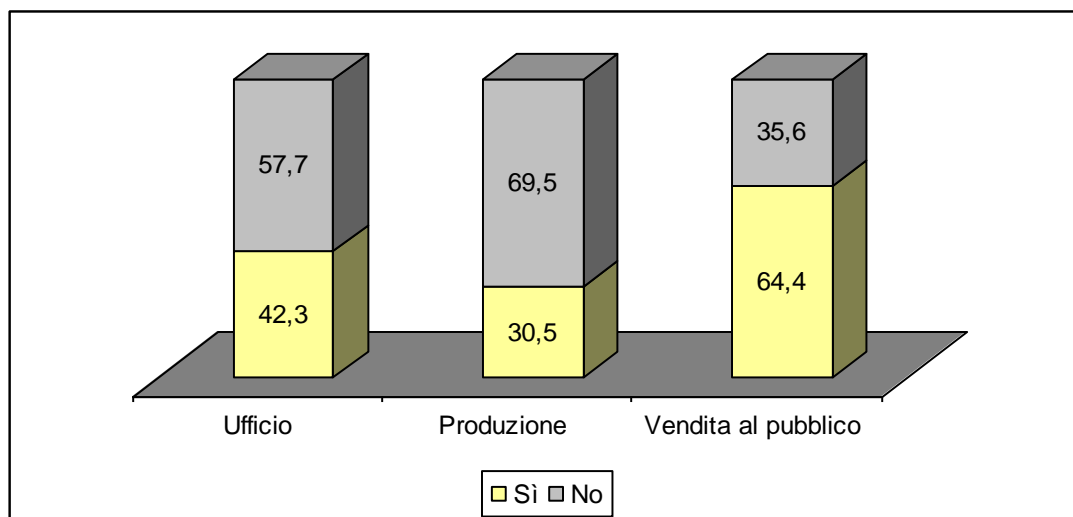
Nelle 12 aree metropolitane analizzate dall'indagine **Tecnoborsa** il 42,3% delle aziende operanti nel settore del commercio utilizza la sede rilevata come ufficio, il

30,5% per la produzione e il 64,4% per la vendita al pubblico (graf. 25).

GRAFICO 25

FUNZIONE D'USO DEI LOCALI

(val.%)



Fonte: **Tecnoborsa**

Di queste sedi l'8,8% sono adibite sia a ufficio che a produzione; un ulteriore 8,8% a ufficio e vendita al pubblico; il 13,8% a vendita al pubblico e produzione, mentre il 2,8% sono utilizzate per tutte e tre le funzioni considerate.

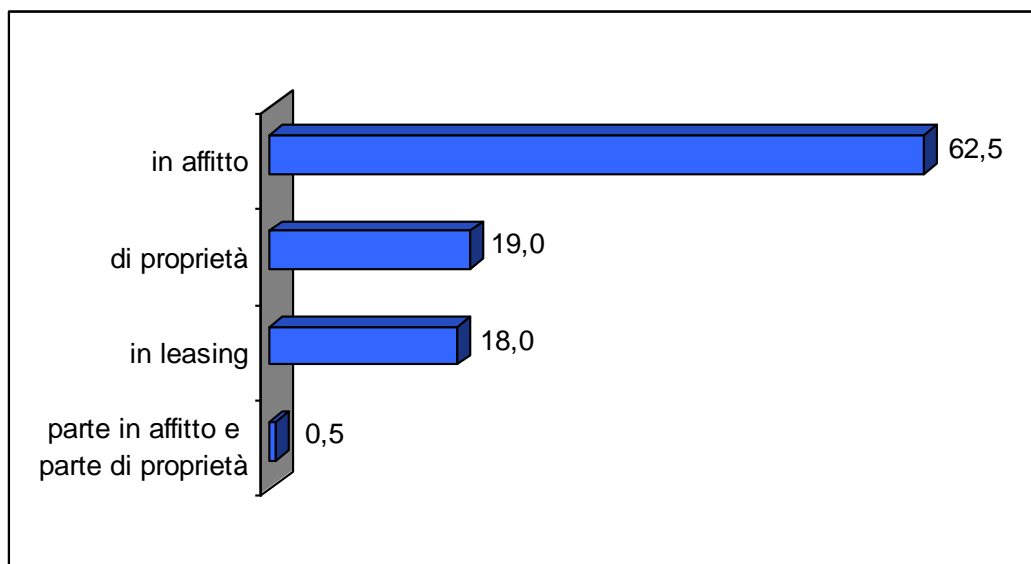
Andando a studiare il fenomeno rispetto al numero di addetti dell'impresa emerge che l'uso ufficio prevale significativamente tra le aziende di medie e grandi dimensioni (oltre i 50 addetti); l'utilizzo dei locali per la produzione predomina tra le imprese di piccole dimensioni (10-49 addetti) e grandi dimensioni (oltre 250 addetti); la vendita al pubblico prevale presso le microaziende (1-9 addetti).

Per quanto concerne il titolo di utilizzo dei locali si è riscontrato che ben il 62,5% delle aziende opera in sedi prese in affitto, il 19% in strutture di proprietà, il 18% utilizza in *leasing* la sede analizzata e solo lo 0,5% opera in locali in parte di proprietà e in parte in affitto (graf.26).

GRAFICO 26

TITOLO DI UTILIZZO DEI LOCALI

(val.%)



Fonte: **Tecnoborsa**

Nell'ambito delle aziende che sono in affitto è emerso che prevalgono quelle di grandi dimensioni (oltre 250 addetti); per quelle che operano in locali di proprietà predominano le microaziende (1-9 addetti); mentre tra quelle che utilizzano il *leasing* è alta la quota di imprese di medie dimensioni (50-249 addetti).

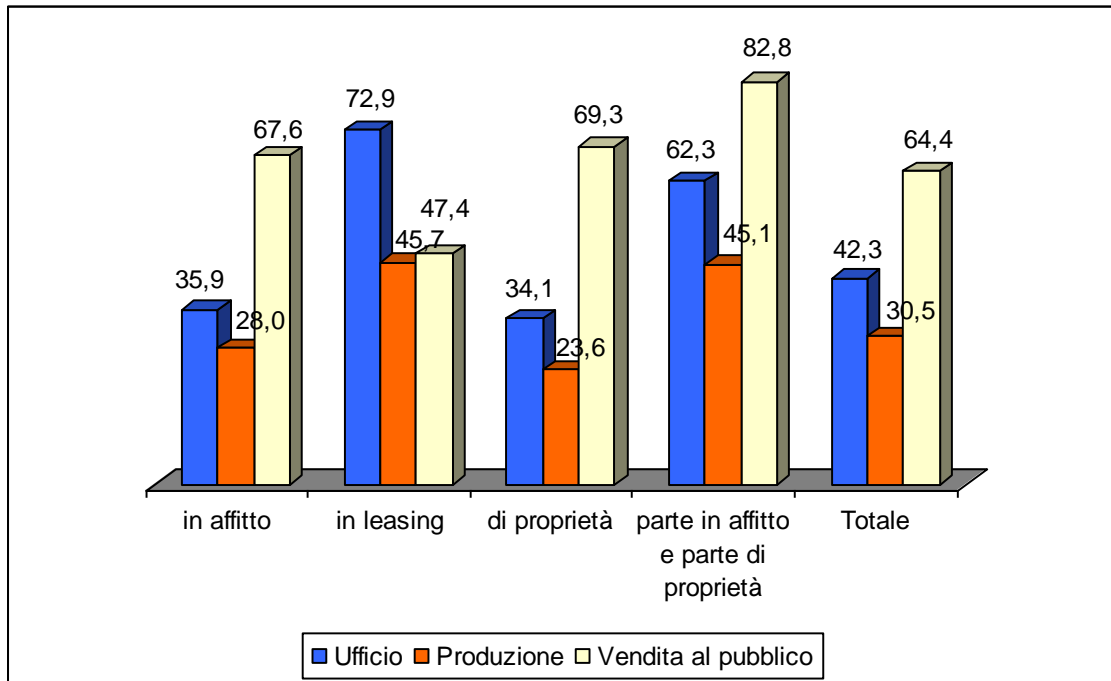
Nell'ambito dell'aggregato delle aziende che negli ultimi dieci anni hanno cambiato almeno una volta la propria sede, il 75,1% delle nuove sedi sono in affitto, il 15,2% sono di proprietà e il 9,7% sono in *leasing*.

Da un'analisi delle aziende in funzione della tipologia di utilizzo della sede nella quale svolgono l'attività economica e il titolo di utilizzo della sede, è emerso che tra quelle che svolgono la loro attività in locali presi in affitto e di proprietà prevale come utilizzo la vendita al pubblico, mentre in quelli in *leasing* è decisamente sopra media la quota di aziende che li usano con funzioni di ufficio e leggermente più rilevante la percentuale che li utilizzano per la produzione (*graf.27*).

GRAFICO 27

TITOLO DI UTILIZZO E FUNZIONE D'USO DELLA SEDE

(val. %)



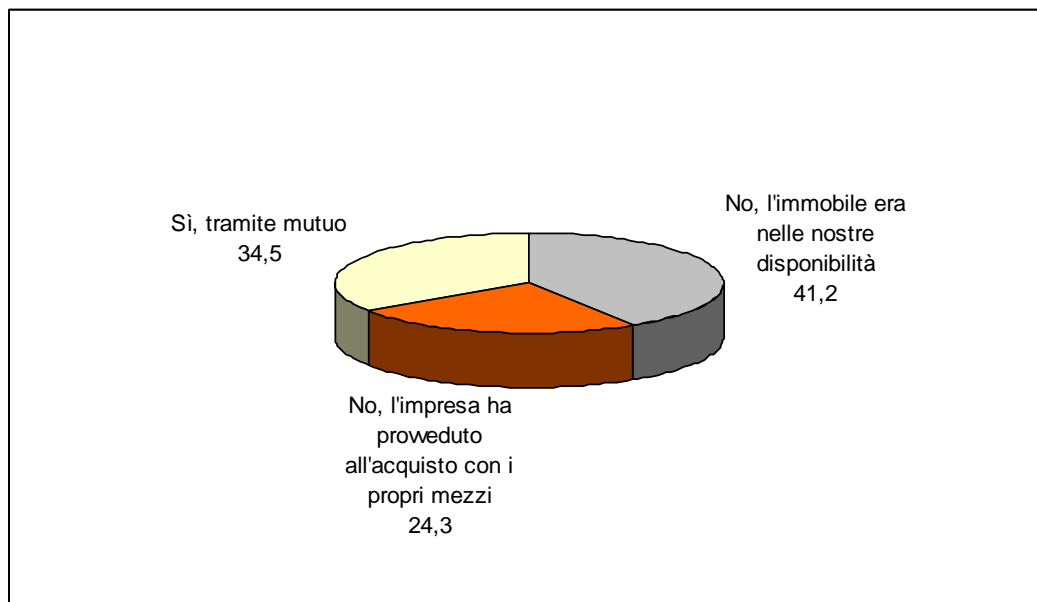
Fonte: **Tecnoborsa**

Andando ad analizzare la situazione immobiliare delle imprese che operano in una sede di proprietà o parte in affitto e parte di proprietà è emerso che il 41,2% ha affermato che l'immobile era nelle loro disponibilità; rientrano nell'ambito di tale risposta anche le situazioni in cui l'immobile è di proprietà del titolare dell'impresa, o di uno dei soci, ma non propriamente dell'impresa stessa; il 24,3% ha affermato che l'impresa ha provveduto all'acquisto con i propri mezzi o ad esempio con i mezzi di una capogruppo, di un consorzio della quale fa parte, ecc.; il 34,5% delle aziende, invece, ha fatto delle aziende ha fatto ricorso ad un mutuo per acquistare l'immobile nel quale trova posto la propria sede attuale (*graf. 28*).

GRAFICO 28

RICORSO A UN FINANZIAMENTO PER ACQUISTARE L'IMMOBILE

(val.%)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Tra le imprese che hanno dichiarato che la sede in questione era nelle proprie disponibilità prevalgono quelle di piccole dimensioni (10-49 addetti); tra quelle che hanno provveduto con mezzi propri emergono le grandi imprese (oltre 250 addetti), mentre sono ricorse a un finanziamento quelle medie (50-249 addetti).

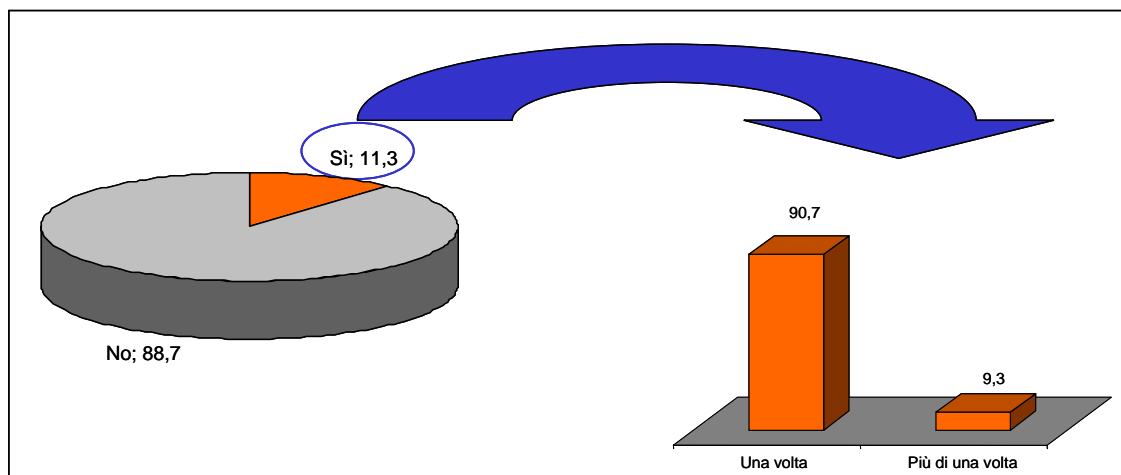
4.1.2. Trasferimenti di sede

Ben l'11,3% delle imprese hanno dichiarato di aver cambiato la propria sede negli ultimi 10 anni: tra queste, il 90,7% lo ha fatto una sola volta e il 9,3% almeno due volte (*graf.29*). Per le aziende che operano nel settore del commercio tale percentuale è piuttosto consistente, perché quando ci si sposta si va incontro a diverse problematiche: i costi per allestire una nuova postazione sono, infatti, piuttosto alti, c'è una mancanza di guadagno perché si è fermi per lunghi periodi e, fattore ancor più importante, c'è il rischio di perdere parte della clientela. Hanno cambiato sede prevalentemente le microimprese e il 75% di esse ha scelto la soluzione in affitto.

GRAFICO 29

CAMBIAMENTO DI SEDE

(val.%)



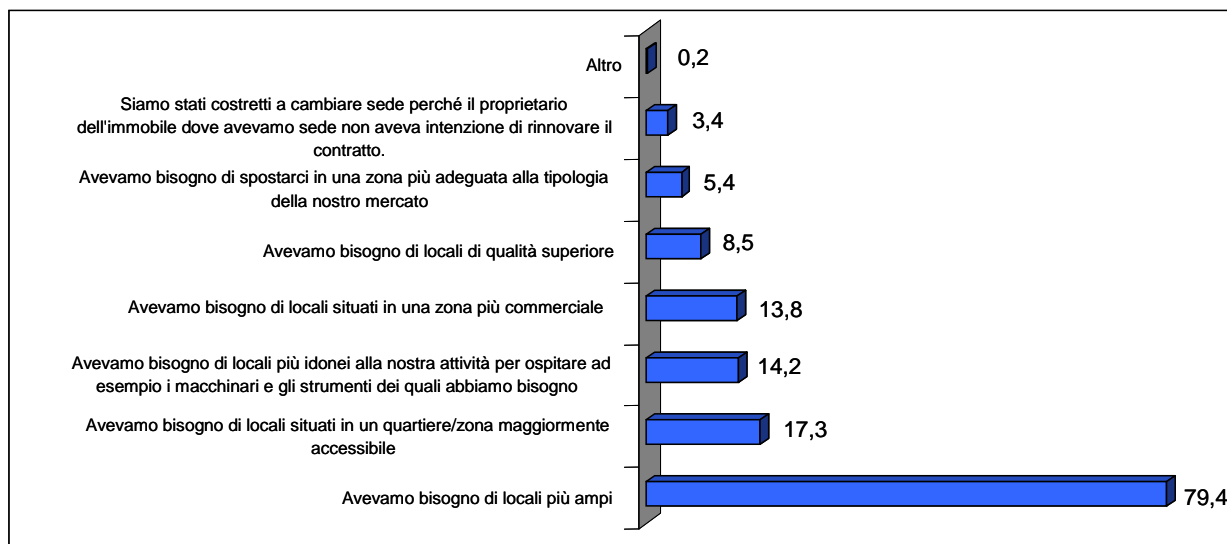
Fonte: **Tecnoborsa**

Tra le ragioni che hanno spinto un'azienda a spostarsi in locali e/o zone più adatte alle proprie esigenze, al primo posto viene indicata la necessità di operare in locali più grandi (79,4%), mentre nessuna ha dichiarato di essersi spostato in locali più piccoli. A seguire, con un notevolissimo divario, si trovano quelle che lo hanno fatto per trasferirsi in sedi situate in zone più accessibili (17,3%), in locali più idonei a ospitare macchinari o strumenti necessari a svolgere l'attività dell'esercizio (14,2%), in zone più commerciali, ampiamente frequentate dai consumatori e ben servite dai trasporti pubblici (13,8%) o in locali di qualità superiore (8,5%); infine, solo il 3,4% ha affermato di avere cambiato sede perché costretto, in quanto il proprietario dell'immobile non ha voluto rinnovare il contratto (*graf.30*).

GRAFICO 30

MOTIVAZIONI PER IL CAMBIO DI SEDE

(val. %)



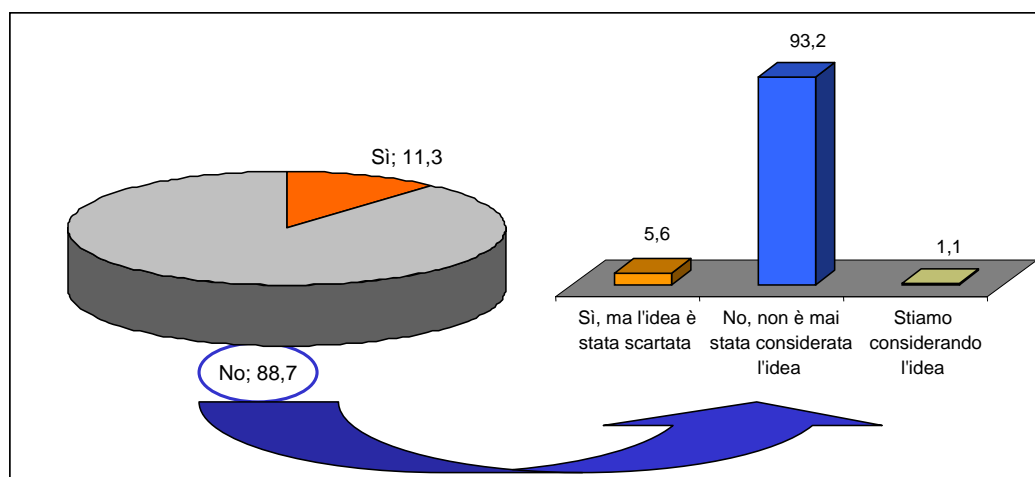
Fonte: **Tecnoborsa**

A coloro che non hanno mai cambiato sede negli ultimi dieci anni è stato chiesto se avessero mai preso in considerazione l'idea: il 5,6% ha risposto di sì ma di aver scartato l'idea in un secondo momento; ben il 93,2% ha detto di non aver mai considerato questa possibilità; solo l'1,1% ha preso in considerazione tale eventualità (graf. 31).

GRAFICO 31

EVENTUALE CAMBIO DI SEDE

(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

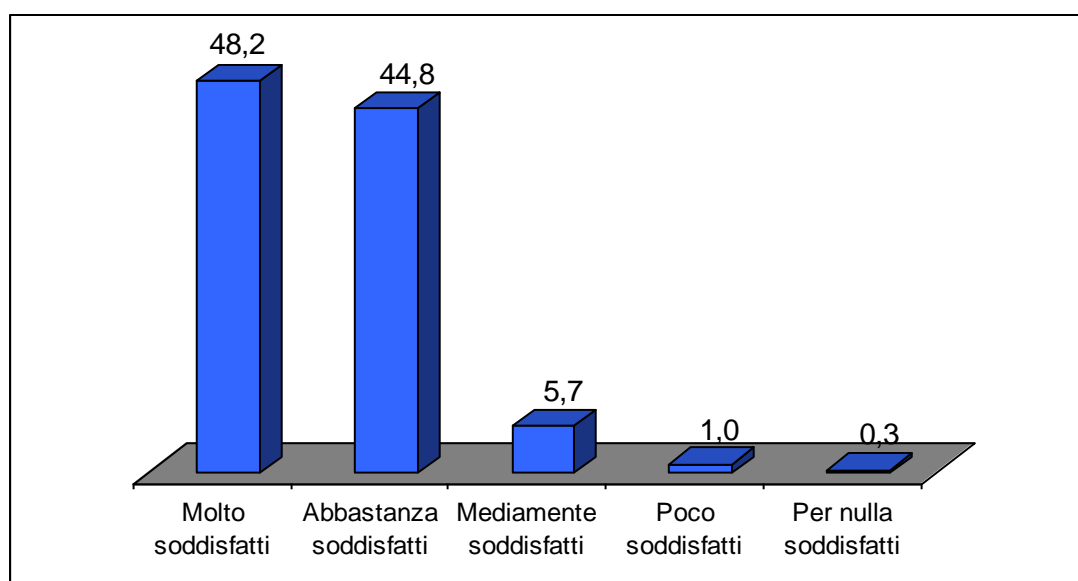
La quasi totalità di coloro che non hanno mai pensato di trasferirsi ha dichiarato di non averlo fatto perché l'attuale sede è adatta alle proprie esigenze (95,3%), mentre, il 3% ha affermato che sta valutando l'idea di cessare l'attività e il restante 1,6% ha affermato che per l'azienda non è possibile sostenere i costi di un cambiamento di sede. Tra coloro che stanno considerando di spostarsi, solo il 10,5% pensa di farlo nei 12 mesi successivi alla rilevazione.

Infine, agli intervistati è stato chiesto quanto sono soddisfatti della sede che occupano attualmente ed è emerso che il 93% ha affermato di essere molto o abbastanza soddisfatto (*graf.32*), tale percentuale raggiunge il 98,3% tra le grandi imprese (oltre 250 addetti) e arriva al 100% tra coloro che hanno cambiato dimora nell'ultimo decennio.

GRAFICO 32

GRADO DI SODDISFAZIONE PER LA SEDE ATTUALE

(val. %)



Fonte: Tecnoborsa

4.2. Settore del turismo

4.2.1. Situazione immobiliare attuale

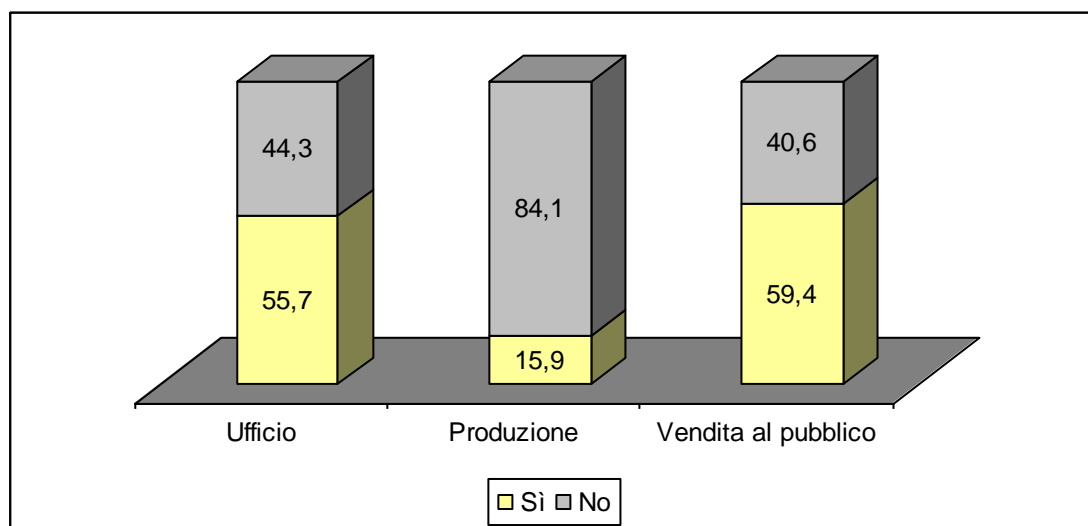
Le funzioni d'uso alle quali sono destinati i locali delle sedi delle aziende che operano nel settore del turismo, rilevate presso i Comuni punti di campionamento, sono al 59,4% per la vendita al pubblico, al 55,7% per ufficio e solo al 15,9% per la

produzione (graf. 33).

GRAFICO 33

FUNZIONE D'USO DEI LOCALI

(val.%)



Fonte: **Tecnoborsa**

A questo proposito va sottolineato che per molte delle tipologie di impresa che ricadono in questo settore la vendita al pubblico di prodotti e servizi e/o la produzione e/o l'ufficio sostanzialmente possono coincidere, infatti, di queste sedi il 13,4% sono adibite a ufficio e vendita al pubblico; un ulteriore 6,8% a vendita al pubblico e produzione; il 2,9% sia a ufficio che a produzione; mentre il 3,9% utilizza le sedi per tutte e tre le funzioni considerate.

L'uso ufficio prevale significativamente tra le aziende piccole (10-49 addetti) e grandi dimensioni (oltre 249 addetti). La vendita al pubblico prevale presso le medie e grandi aziende (oltre 49 addetti), mentre l'utilizzo per la produzione è abbastanza trasversale.

Nell'ambito dell'aggregato delle aziende che negli ultimi dieci anni hanno cambiato almeno una volta la propria sede, il 58,5% delle nuove sedi sono state adibite a uso ufficio, il 60,9% alla vendita al pubblico e il 14% alla produzione.

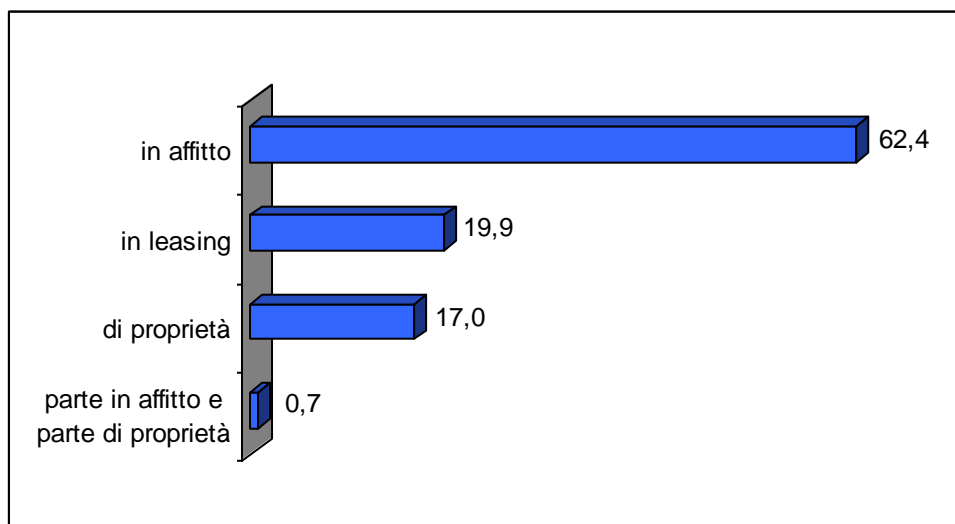
Per quanto concerne il titolo di utilizzo dei locali si è riscontrato che ben il 62,4% delle aziende opera in sedi prese in locazione e nell'ambito di tali aziende prevalgono le microaziende (1-9 addetti). Il 19,9% delle aziende utilizzano in *leasing* finanziario (formula molto diffusa per gli alberghi), tra queste, fanno registrare dei valori superiori a quello medio le imprese con oltre nove addetti. Il 17% delle aziende utilizza una sede di proprietà e tra queste prevalgono le piccole aziende (10-49

addetti) e le grandi (oltre 249 addetti). Solo lo 0,7% opera in locali in parte di proprietà e in parte in locazione (*graf.34*).

GRAFICO 34

TITOLO DI UTILIZZO DEI LOCALI

(val.%)



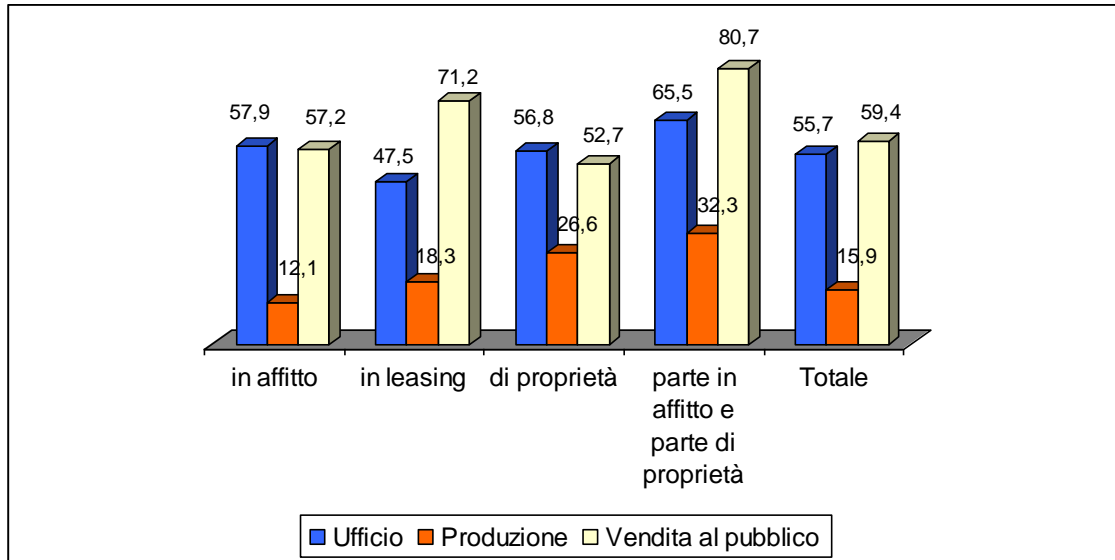
Fonte: **Tecnoborsa**

Da un *focus* sulle imprese che hanno cambiato sede almeno una volta negli ultimi dieci anni, è emerso che il 64,2% operano in locali in affitto, il 31,3% in immobili in *leasing* e il restante 4,4% in beni di proprietà.

Da un'analisi delle aziende in funzione della tipologia di utilizzo della sede nella quale svolgono l'attività economica e il titolo di utilizzo della sede, è emerso che, tra quelle che svolgono la loro attività in locali presi in affitto, prevale come utilizzo l'ufficio, mentre tra quelle in *leasing* è decisamente sopra la media la quota di aziende che usano i locali per la vendita al pubblico e la produzione, mentre tra chi opera in locali di proprietà è significativa la quota di chi li destina alla produzione (*graf.35*).

GRAFICO 35

TITOLO DI UTILIZZO E FUNZIONE D'USO DELLA SEDE (val. %)

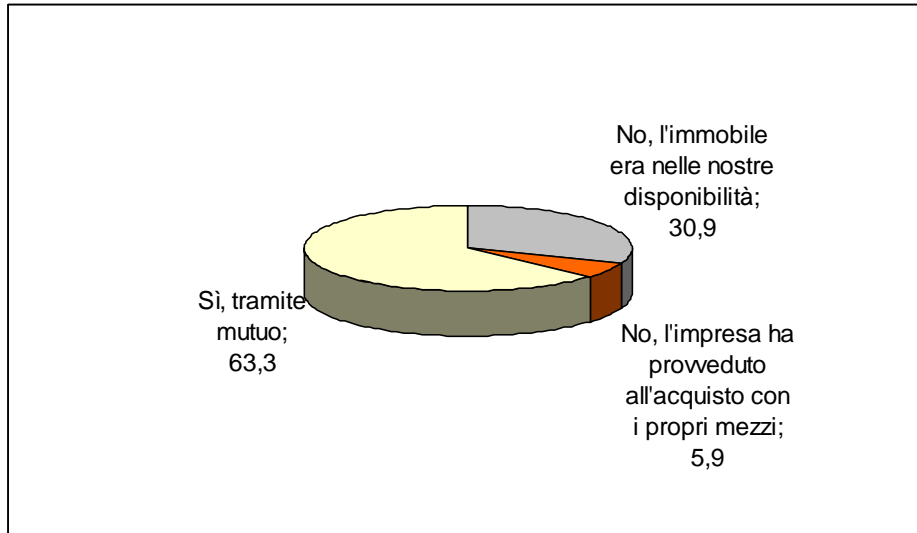


Fonte: **Tecnoborsa**

Presso le aziende che operano in un immobile di proprietà è stato analizzato il ricorso o meno ad un finanziamento per l'acquisto di detto immobile ed è emerso che ben il 63,3% delle aziende ha acceso un mutuo per acquistare l'immobile nel quale trova posto la propria sede attuale, mentre il 5,9% ha comprato la struttura in cui opera utilizzando mezzi finanziari propri e il 30,9% svolge la propria attività in immobili che già in precedenza erano nelle loro disponibilità (*graf. 36*).

GRAFICO 36

RICORSO A UN FINANZIAMENTO PER ACQUISTARE L'IMMOBILE (val.%)



Fonte: **Tecnoborsa**

Tra le imprese che hanno dichiarato che la sede in questione era nelle proprie disponibilità, prevalgono quelle di medie e grandi dimensioni (oltre i 50 addetti), mentre sono ricorse a un finanziamento/mutuo le microaziende e le piccole (fino a 49 addetti).

4.2.2. Trasferimenti di sede

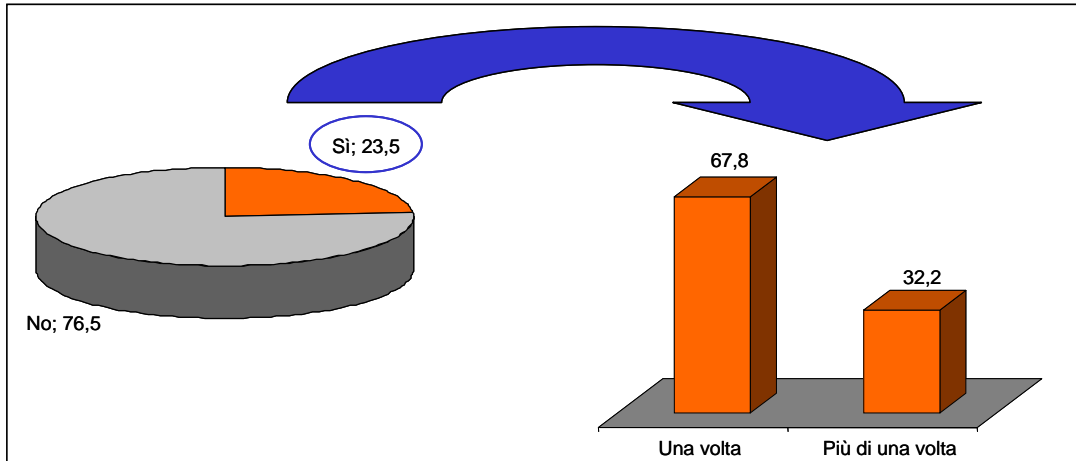
Ben il 23,5% delle imprese che operano nel settore del turismo ha dichiarato di aver cambiato la propria sede negli ultimi dieci anni: tra queste, il 67,8% lo ha fatto una sola volta e il 32,2% almeno due volte (*graf.37*). Nelle aziende che operano nel settore del turismo sono stati analizzati bar, ristoranti e alberghi; tuttavia la mobilità logistica è molto diversa fra le tre tipologie.

Infine, il cambio di sede è avvenuto prevalentemente tra le microaziende (da 1 a 9 addetti).

GRAFICO 37

CAMBIAMENTO DI SEDE

(val.%)

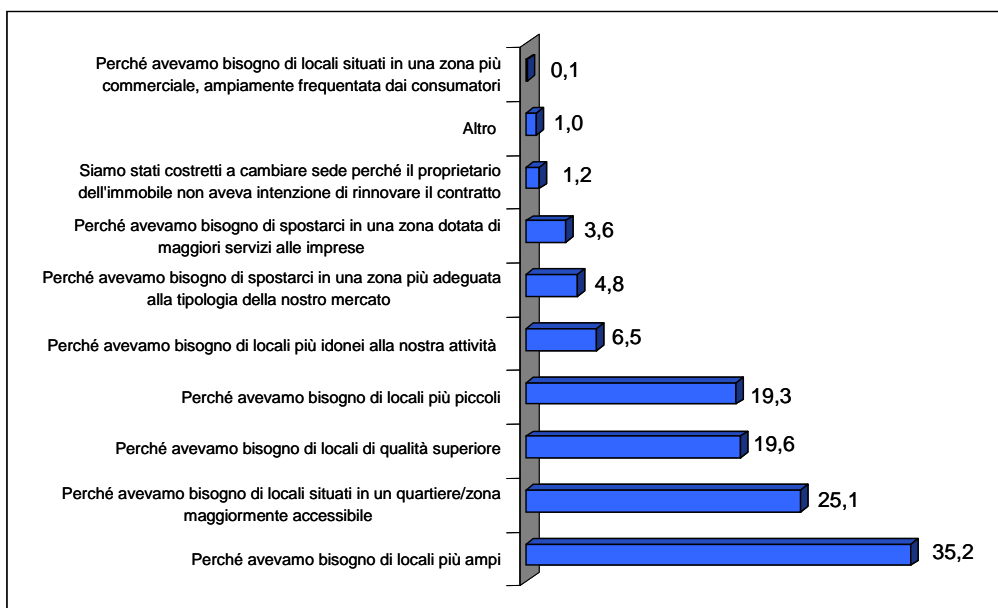


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Tra le motivazioni predominanti che hanno indotto un'azienda turistica a cambiare si rileva la necessità di operare in locali più grandi (35,2%), l'opportunità di posizionarsi in zone più accessibili (25,1%), l'esigenza di locali di qualità superiore (19,6%) e il bisogno di locali più piccoli (19,3%). Con un notevole divario seguono le altre motivazioni, quali l'esigenza di operare in locali più idonei all'attività (6,5%), in locali e/o zone più adeguate alla tipologia del mercato (4,8%), in zone dotate di maggiori servizi alle imprese (3,6%), mentre solo l'1,2% ha dichiarato di avere cambiato sede perché costretto, in quanto il proprietario dell'immobile non ha voluto rinnovare il contratto (*graf.38*).

GRAFICO 38

MOTIVAZIONI PER IL CAMBIO DI SEDE - (val. %)



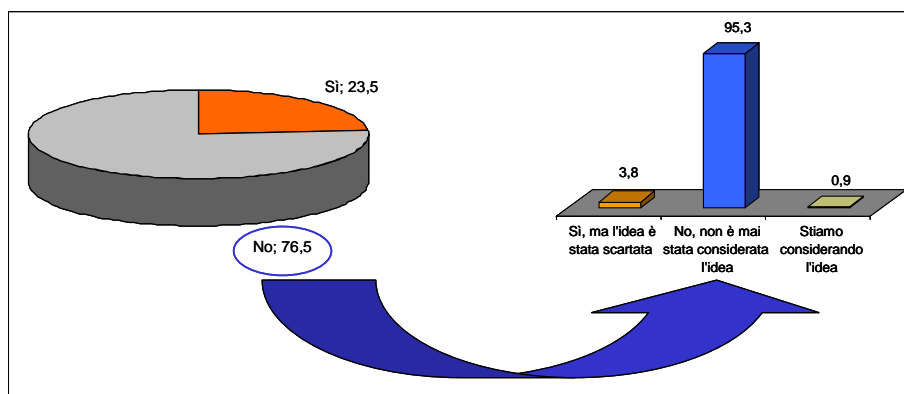
Fonte: **Tecnoborsa**

Al 76,5% di coloro che hanno dichiarato di non aver mai cambiato sede negli ultimi dieci anni è stato chiesto se avessero mai preso in considerazione l'idea: il 3,8% ha risposto di sì ma di aver scartato l'idea in un secondo momento; ben il 95,3% ha detto di non aver mai considerato questa possibilità; solo lo 0,9% ha preso in considerazione tale eventualità (graf.39).

GRAFICO 39

EVENTUALE CAMBIO DI SEDE

(val. %)



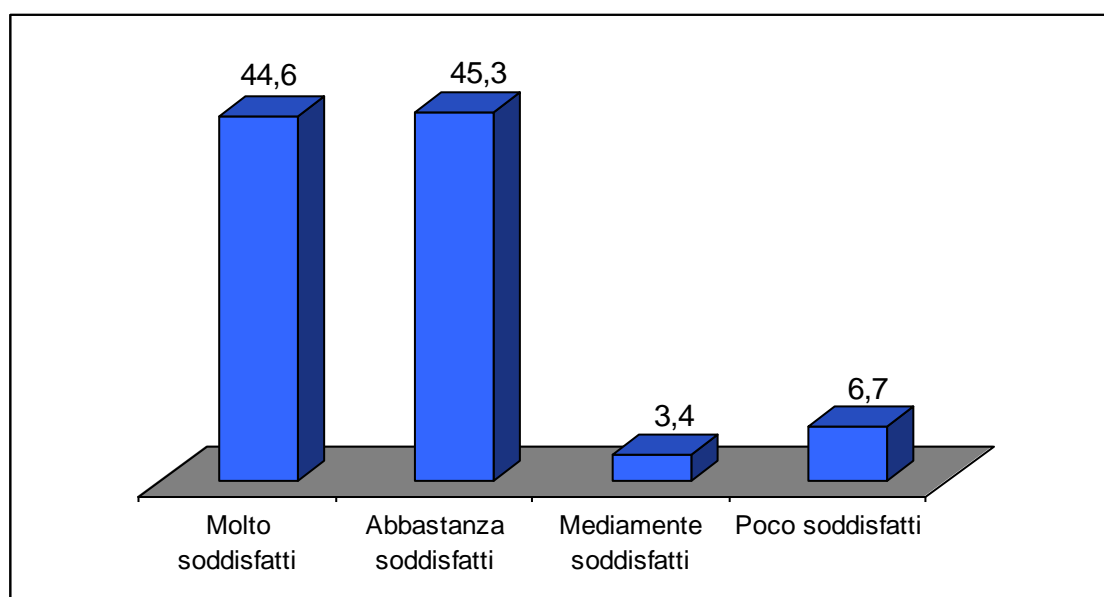
Fonte: **Tecnoborsa**

La quasi totalità di coloro che non hanno mai pensato di trasferirsi ha dichiarato di non averlo fatto perché l'attuale sede è adatta alle proprie esigenze (94,1%), mentre, il 4,1% ha affermato che per l'azienda non sarebbe possibile sostenere i costi dipendenti e conseguenti a un cambiamento di sede, quasi nessuno (0,1%) ha affermato che pensa di chiudere la sede oggetto dell'analisi e, infine, l'1,6% sta valutando l'idea di cessare l'attività

Per quanto riguarda il grado di soddisfazione nei confronti della sede che l'azienda occupa attualmente, è emerso che circa il 90% afferma di essere molto o abbastanza soddisfatto (graf.40), e tale percentuale raggiunge il 100% tra le medie imprese (tra i 50 e i 249 addetti) .

GRAFICO 40

GRADO DI SODDISFAZIONE PER LA SEDE ATTUALE
(val. %)



Fonte: Tecnoborsa

4.3. Settore dei servizi

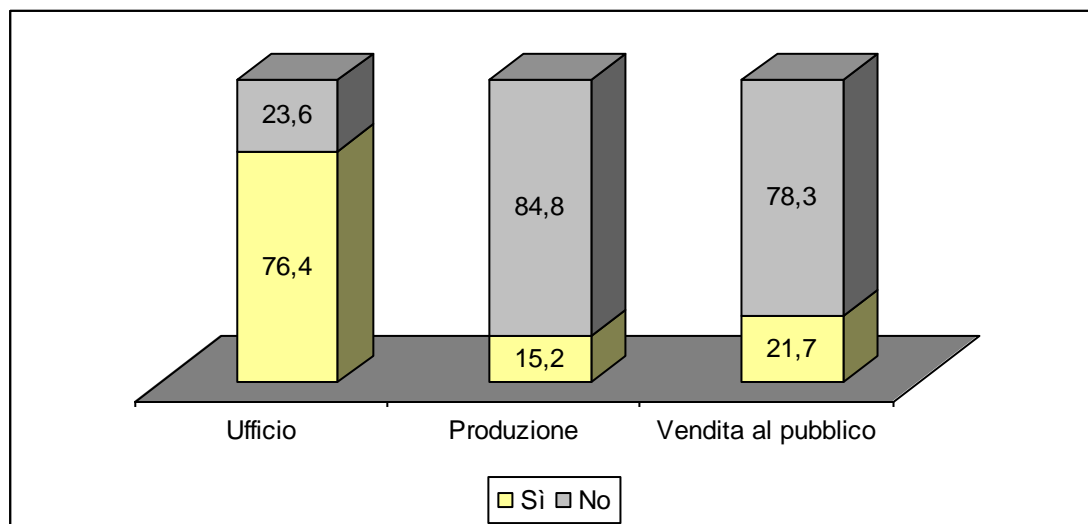
4.3.1. Situazione immobiliare attuale

Dall'analisi delle aziende operanti nel settore dei servizi, nei dodici Comuni campione presi in esame dall'indagine Tecnoborsa, è emerso che, come nelle attese, ben il 76,4% di esse utilizza la sede rilevata come ufficio, il 21,7% per la vendita al pubblico e solo il 15,2% per la produzione (graf. 41).

GRAFICO 41

FUNZIONE D'USO DEI LOCALI

(val.%)



Fonte: **Tecnoborsa**

Di queste sedi, il 3,4% sono adibite sia a ufficio che a produzione; un ulteriore 3,6% a ufficio e vendita al pubblico; l'1,6% a vendita al pubblico e produzione, mentre per il 2,4% sono utilizzate per tutte e tre le funzioni considerate.

Rispetto al numero di addetti impiegati dall'impresa, emerge che l'uso ufficio prevale significativamente tra le aziende di medie e grandi dimensioni (oltre i 50 addetti), mentre l'utilizzo dei locali per le altre due funzioni d'uso prevale presso le microaziende (1-9 addetti).

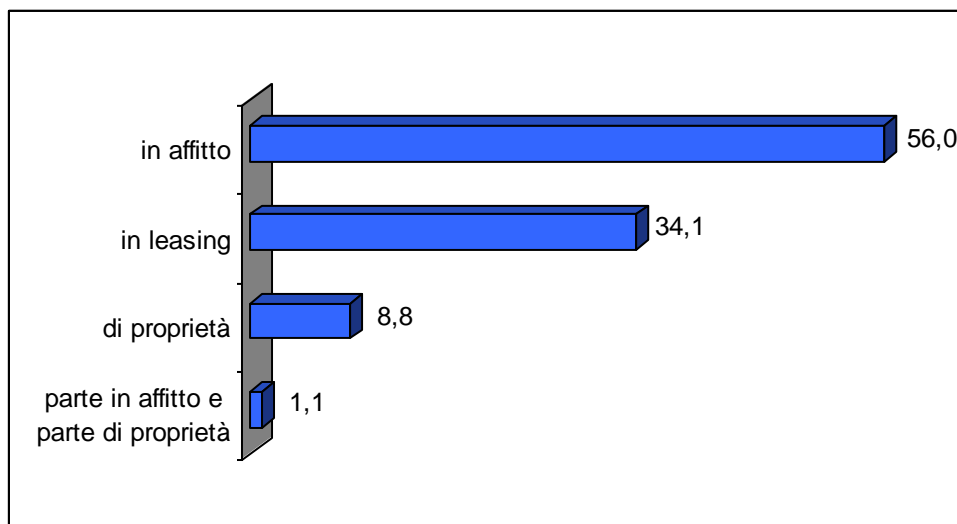
Da un'analisi circoscritta alle sole aziende che hanno cambiato sede negli ultimi dieci anni, la quota di quelle che hanno destinato le nuove sedi a uso ufficio sale all'82,8%, mentre quelle che le utilizzano per la produzione scende al 3,1%.

Per quanto concerne il titolo di utilizzo dei locali, si è riscontrato che ben il 56% delle aziende opera in sedi prese in locazione, il 34,1% utilizza sedi in *leasing* finanziario, l'8,8% opera in strutture di proprietà e solo l'1,1% usa locali in parte di proprietà e in parte in affitto (*graf.42*).

GRAFICO 42

TITOLO DI UTILIZZO DEI LOCALI

(val.%)



Fonte: **Tecnoborsa**

Nell'ambito delle aziende che sono in affitto, i dati evidenziano che prevalgono quelle di grandi dimensioni (oltre 250 addetti); tra quelle che operano in locali di proprietà predominano le piccole e le medie aziende (10-249 addetti); mentre tra quelle parte in affitto e parte in proprietà prevalgono le medie imprese (10-249 addetti); infine, tra quelle che utilizzano il *leasing* finanziario, il fenomeno è trasversale.

Da un *focus* sulle sole aziende che negli ultimi dieci anni hanno cambiato almeno una volta la propria sede, la quota di chi è in affitto scende al 28,6%, mentre la percentuale di chi ha optato per il *leasing* sale addirittura al 68,2%, in quanto questa formula viene vista come una buona opportunità per ripartire i costi e nel frattempo – in conseguenza del riscatto finale del bene – patrimonializzare. Solo il 2,2% opera in uffici di proprietà, molto probabilmente perché le aziende che operano nel settore dei servizi da un lato sono maggiormente flessibili e in grado di assecondare le dinamiche di mercato senza dover disporre di spazi produttivi o locali espositivi e, dall'altro, meno di altre hanno necessità di patrimonializzarsi in modo significativo al fine di offrire garanzie finanziarie aggiuntive; peraltro l'acquisto di un immobile rappresenta in genere un'immobilizzazione di valore rilevante, e, quindi, le imprese investono prevalentemente nel caso di attività consolidate ovvero nei casi in cui si determinano opportunità particolarmente importanti.

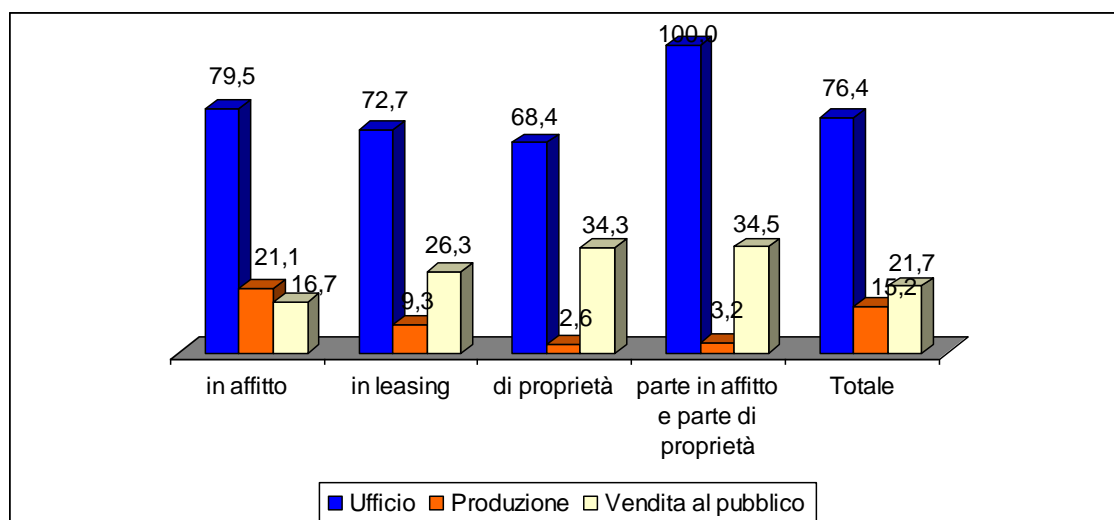
Da un'analisi delle aziende in funzione della tipologia di utilizzo della sede nella quale svolgono l'attività e il titolo di utilizzo di questa è emerso che, tra quelle che operano

in locali presi in affitto, è sopra la media la quota di chi li utilizza per ufficio e per la produzione, mentre, tra quelle in *leasing* e/o che svolgono la loro attività in locali di proprietà, è sopra la media la percentuale di aziende che li usano per la vendita al pubblico (graf. 43).

GRAFICO 43

TITOLO DI UTILIZZO E FUNZIONE D'USO DELLA SEDE

(val. %)

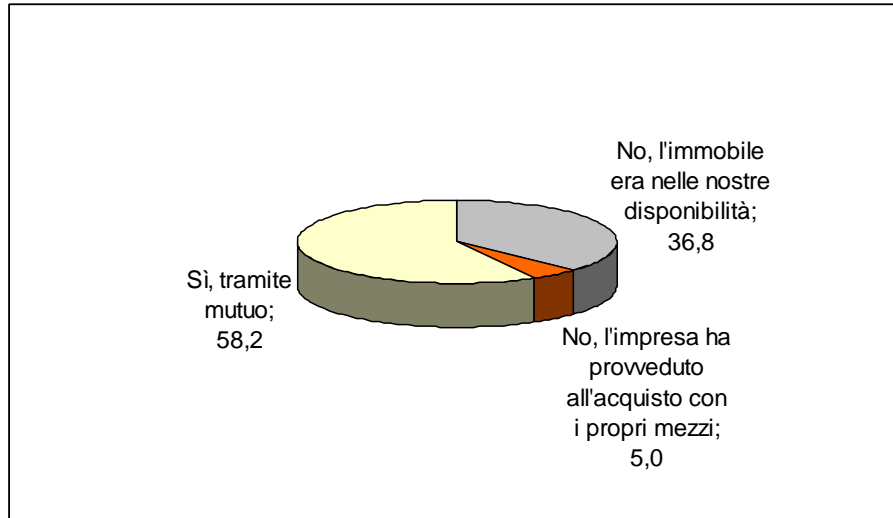


Fonte: **Tecnoborsa**

Andando ad analizzare la situazione immobiliare delle sole imprese che sono localizzate in una sede di proprietà o parte in affitto e parte in proprietà, è emerso che il 36,8% ha affermato che l'immobile era nelle loro disponibilità; rientrano nell'ambito di tale risposta anche le situazioni in cui l'immobile è di proprietà del titolare dell'impresa o di uno dei soci, ma non propriamente dell'impresa stessa; solo il 5% degli intervistati ha affermato che l'impresa ha provveduto all'acquisto con i propri mezzi o, ad esempio, con i mezzi di una capogruppo, di un consorzio del quale fa parte, ecc.; ben il 58,2% delle aziende, invece, ha fatto ricorso a un mutuo per acquistare l'immobile nel quale trova posto la propria sede attuale (graf. 44).

GRAFICO 44

RICORSO A UN FINANZIAMENTO PER ACQUISTARE L'IMMOBILE (val.%)



Fonte: **Tecnoborsa**

Tra le imprese che hanno dichiarato che la sede in questione era nelle proprie disponibilità, prevalgono quelle di medie e grandi dimensioni (oltre 50 addetti); tra quelle che hanno provveduto con mezzi propri emergono le piccole, le medie e le grandi imprese (oltre 10 addetti), mentre è alto il ricorso a un finanziamento tra le piccole aziende (10-49 addetti).

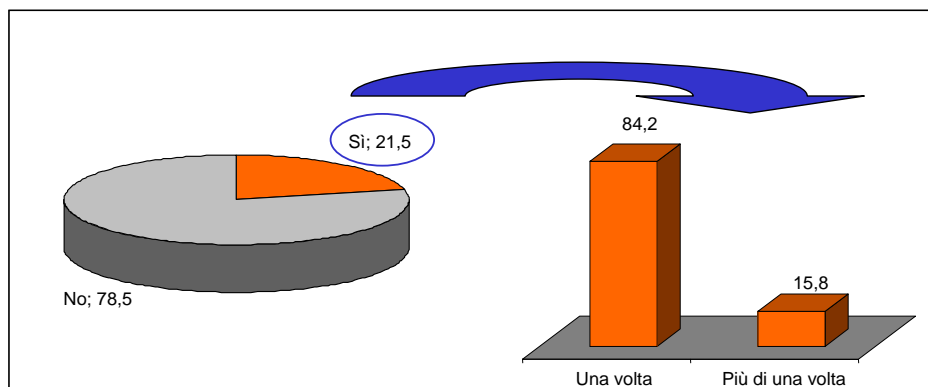
4.3.2. Trasferimenti di sede

Ben il 21,5% delle imprese hanno dichiarato di aver cambiato la propria sede negli ultimi 10 anni; tra queste, l'84,2% lo ha fatto una sola volta e il 15,8% almeno due volte (*graf.45*). Per le aziende che operano nel settore dei servizi mobilità e flessibilità sono, dunque, maggiori rispetto alle aziende che operano in altri settori, perché gli oneri complessivi di spostamento sono generalmente inferiori e, in particolare, il rischio di perdere la clientela è quasi nullo. Inoltre, dall'analisi dei dati rilevati è emerso che il cambiamento di sede è trasversale rispetto alla dimensione d'impresa.

GRAFICO 45

CAMBIAMENTO DI SEDE

(val.%)



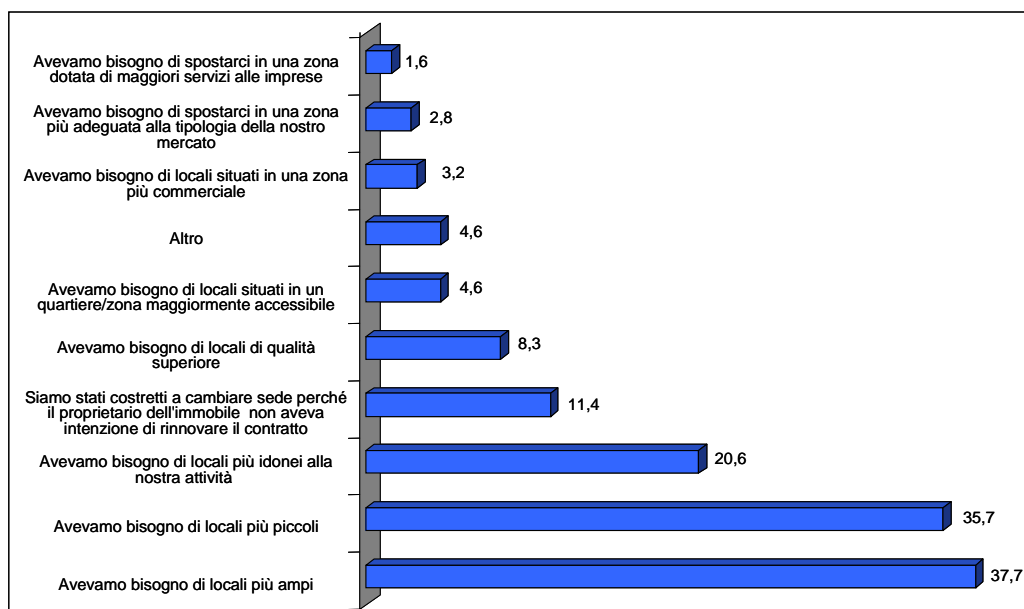
Fonte: **Tecnoborsa**

Tra le ragioni che hanno spinto un'azienda a spostarsi in locali e/o zone più adatte alle proprie esigenze, al primo posto vengono indicate le due motivazioni legate alle dimensioni dei locali: il 37,7% lo ha fatto per operare in spazi più grandi e il 35,7%, viceversa, per spostarsi in locali più piccoli. A seguire, c'è chi ha affermato di aver spostato l'azienda per andare in immobili più idonei al tipo di attività svolta; invece, l'11,4% ha affermato di avere cambiato sede perché costretto, in quanto il proprietario dell'immobile non ha voluto rinnovare il contratto; l'8,3% lo ha fatto perché ha sentito l'esigenza di andare in locali di qualità superiore; il 4,6% si è trasferito in sedi situate in zone più accessibili; il 3,2% ha ritenuto necessario spostarsi in zone più commerciali; il 2,8% ha sentito il bisogno di andare in zone più adeguate alla tipologia del mercato in cui operano; infine, solo l'1,6% si è spostato per andare in zone dotate di maggiori servizi alle imprese. Da un'analisi delle motivazioni che hanno spinto le aziende che operano nel settore dei servizi, emerge chiaramente che chi si sposta lo fa spinto dall'inadeguatezza dei locali; sono pochi quelli che si trasferiscono perché non si trovavano bene nella zona in cui era localizzata la loro sede (graf. 46).

GRAFICO 46

MOTIVAZIONI PER IL CAMBIO DI SEDE

(val. %)

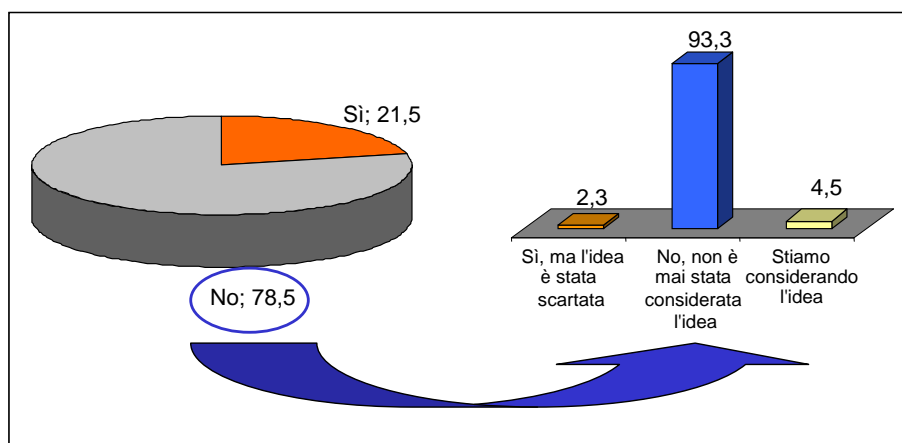


Fonte: **Tecnoborsa**

A coloro che non hanno mai cambiato sede negli ultimi dieci anni è stato chiesto se avessero mai preso in considerazione l'idea: solo il 2,3% ha risposto di sì, ma di aver scartato l'idea in un secondo momento; ben il 93,3% ha detto di non aver mai considerato questa possibilità; infine, il 4,5% ha preso in considerazione tale eventualità (*graf.47*).

GRAFICO 47

EVENTUALE CAMBIO DI SEDE



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

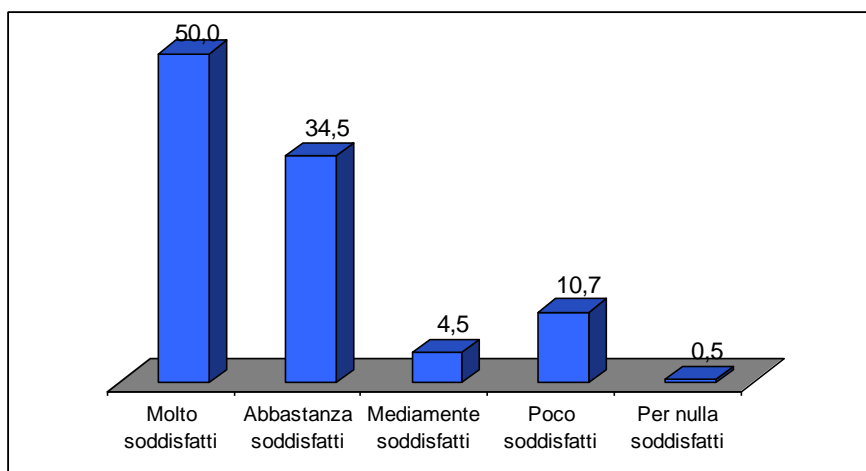
La quasi totalità di coloro che non hanno mai considerato l'idea di cambiare sede ha dichiarato di non averlo fatto perché l'attuale postazione è adatta alle proprie esigenze (97,2%), mentre l'1,6% ha affermato di non aver preso in esame la questione perché per l'azienda non è possibile sostenere i costi di un trasferimento; tra coloro che stanno considerando di spostarsi, solo il 2,6% pensa di farlo nei 12 mesi successivi alla rilevazione.

Infine, agli intervistati è stato chiesto quanto sono soddisfatti della sede che occupano attualmente ed è emerso che l'84,5% ha affermato di essere molto o abbastanza soddisfatto (*graf.48*), tale percentuale supera il 95% tra le piccole e medie imprese (tra i 10 e i 249 addetti). Confrontando il grado di soddisfazione di chi ha cambiato sede nell'ultimo decennio con coloro che non l'hanno fatto, è emerso che la quota di chi è molto o abbastanza soddisfatto è quasi la stessa (l'85,6% contro l'84,1%).

GRAFICO 48

GRADO DI SODDISFAZIONE PER LA SEDE ATTUALE

(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

4.4. Le aziende artigiane³ nei settori dell'agricoltura, della manifattura e delle costruzioni

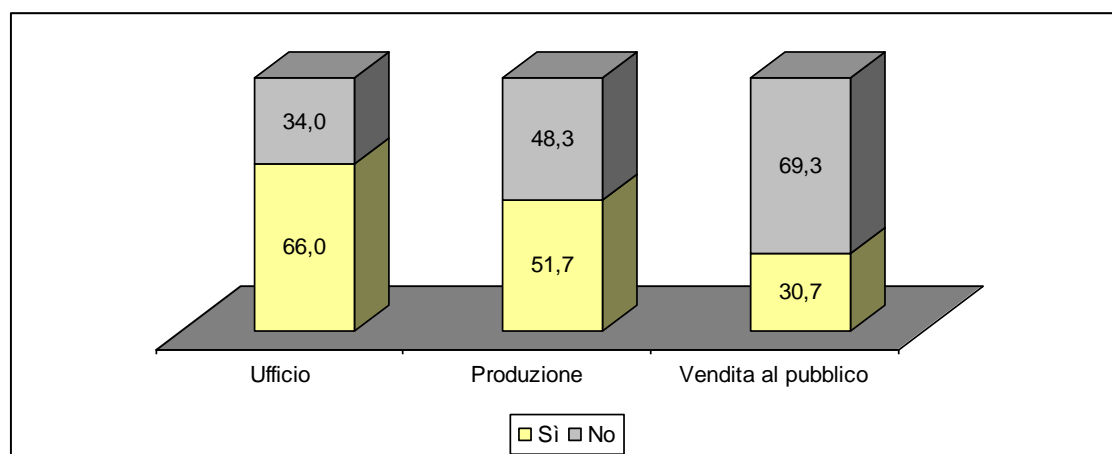
4.4.1. Situazione immobiliare attuale

Le destinazioni d'uso alle quali sono adibiti i locali ove svolgono l'attività principale le aziende artigiane che operano nel settore dell'agricoltura, della manifattura e delle costruzioni, rilevate presso i Comuni campionati, sono al 66% per ufficio, al 51,7% per la produzione e al 30,7% per la vendita al pubblico (graf.49).

GRAFICO 49

FUNZIONE D'USO DEI LOCALI

(val.%)



Fonte: **Tecnoborsa**

Di queste sedi, il 20,9% sono adibite sia a ufficio che a produzione; un ulteriore 1,8% a ufficio e vendita al pubblico; il 12,4% a vendita al pubblico e produzione, mentre il 6,7% utilizza le sedi per tutte e tre le funzioni considerate.

³ In base alla Legge Quadro sull'artigianato 8 Agosto 1985, n. 443, è definita impresa artigiana l'impresa che, esercitata dall'imprenditore artigiano (colui che la conduce personalmente e professionalmente in qualità di titolare), ha per scopo prevalente lo svolgimento di un'attività di produzione di beni, anche semilavorati, o prestazioni di servizi (sono escluse le attività agricole, commerciali, di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande) e entro i seguenti limiti dimensionali:

- per l'impresa che non lavora in serie: un massimo di 18 dipendenti, compresi gli apprendisti in numero non superiore a 9; il numero massimo dei dipendenti può essere elevato fino a 22 a condizione che le unità aggiuntive siano apprendisti;
- per l'impresa che lavora in serie, purché con lavorazione non del tutto automatizzata: un massimo di 9 dipendenti, compresi gli apprendisti in numero non superiore a 5; il numero massimo dei dipendenti può essere elevato fino a 12 a condizione che le unità aggiuntive siano apprendisti;
- per l'impresa che svolge la propria attività nei settori delle lavorazioni artistiche, tradizionali e dell'abbigliamento su misura: un massimo di 32 dipendenti, compresi gli apprendisti in numero non superiore a 16; il numero massimo dei dipendenti può essere elevato fino a 40 a condizione che le unità aggiuntive siano apprendisti (i settori delle lavorazioni artistiche e tradizionali sono stati individuati con decreto del Presidente della Repubblica);
- per l'impresa di trasporto: un massimo di 8 dipendenti;
- per le imprese di costruzione edili: un massimo di 10 dipendenti, compresi gli apprendisti in numero non superiore a 5; il numero massimo di dipendenti può essere elevato fino a 14 a condizione che le unità aggiuntive siano apprendisti.

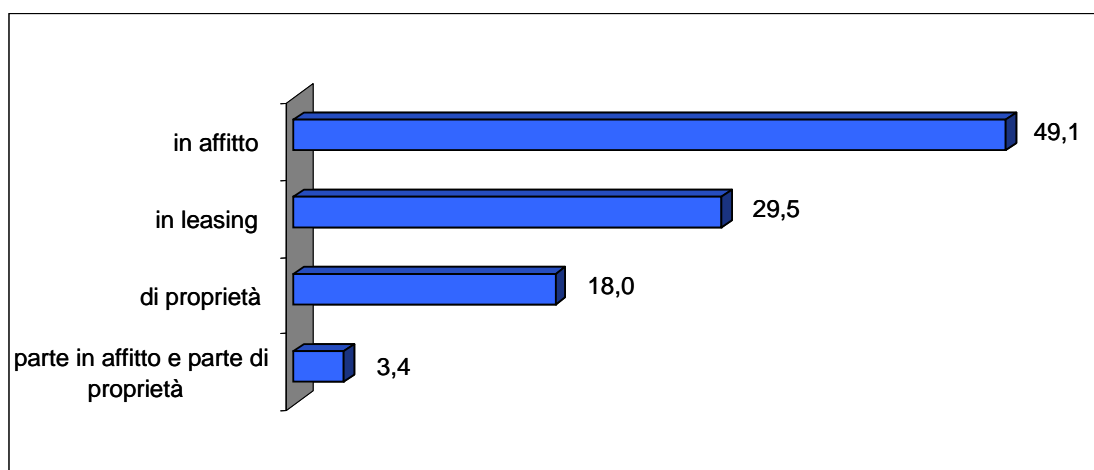
L'uso ufficio e produzione prevale significativamente tra le aziende che hanno più di nove addetti, mentre l'utilizzo per la vendita al pubblico è trasversale.

Da un *focus* sulle sole aziende che negli ultimi dieci anni hanno cambiato almeno una volta la propria sede, risulta che ben l'80% delle nuove sedi sono state adibite a uso ufficio, il 70,5% alla produzione e solo il 35,3% alla vendita al pubblico.

Per quanto concerne il titolo di utilizzo dei locali, si è riscontrato che ben il 49,1% delle aziende opera in sedi prese in locazione; il 29,5% delle aziende le utilizza in *leasing* e, tra queste, fanno registrare valori superiori a quello medio le imprese che hanno più di nove addetti; il 18% delle aziende utilizzano una sede di proprietà; infine, solo il 3,4% opera in locali in parte di proprietà e in parte in affitto (*graf.50*).

GRAFICO 50

TITOLO DI UTILIZZO DEI LOCALI
(val.%)



Fonte: **Tecnoborsa**

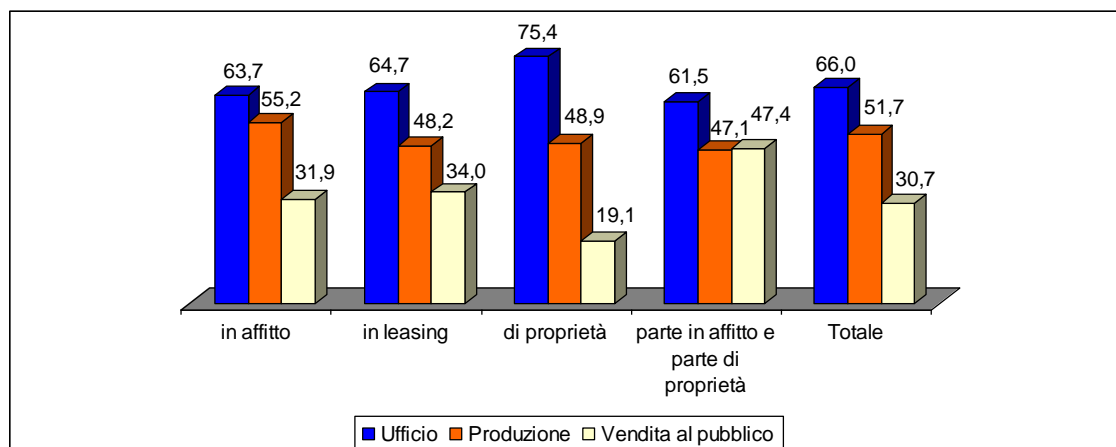
Da un'analisi effettuata esclusivamente sulle imprese che hanno cambiato sede almeno una volta negli ultimi dieci anni, il 51,7% opera in locali presi in affitto, il 36,7% in immobili in *leasing* finanziario, l'11,2% in beni di proprietà e solo lo 0,3% in locali parte di proprietà e parte in locazione da terzi.

Da un'analisi delle aziende in funzione della tipologia di utilizzo della sede nella quale svolgono l'attività economica e il titolo di utilizzo della sede, è emerso che, tra quelle che svolgono la loro attività in locali presi in locazione, è sopra la media la quota di coloro che li utilizzano per la produzione, mentre tra quelle in *leasing* prevale la quota di aziende che usano i locali per la vendita al pubblico e la produzione; infine, tra chi opera in beni di proprietà è decisamente elevata la quota di chi li utilizza a uso ufficio (*graf.51*).

GRAFICO 51

TITOLO DI UTILIZZO E FUNZIONE D'USO DELLA SEDE

(val. %)



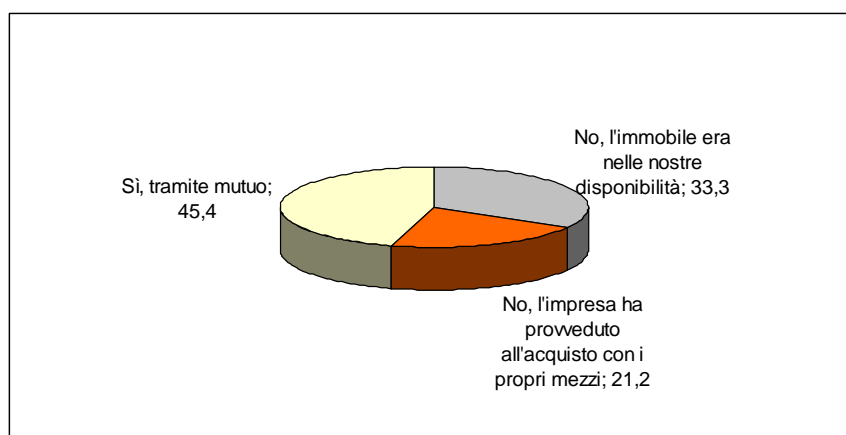
Fonte: **Tecnoborsa**

Anche in questo ambito, per le sole aziende che operano in un immobile di proprietà è stato analizzato il ricorso o meno ad un finanziamento per l'acquisto di detto immobile ed è emerso che ben il 45,4% delle aziende ha acceso un mutuo per acquistare l'immobile nel quale trova posto la propria sede attuale, mentre il 33,3% svolge la propria attività in immobili che erano nelle loro disponibilità e il restante 21,2% ha comprato la struttura in cui opera utilizzando mezzi propri (*graf.52*).

GRAFICO 52

RICORSO A UN FINANZIAMENTO PER ACQUISTARE L'IMMOBILE

(val.%)



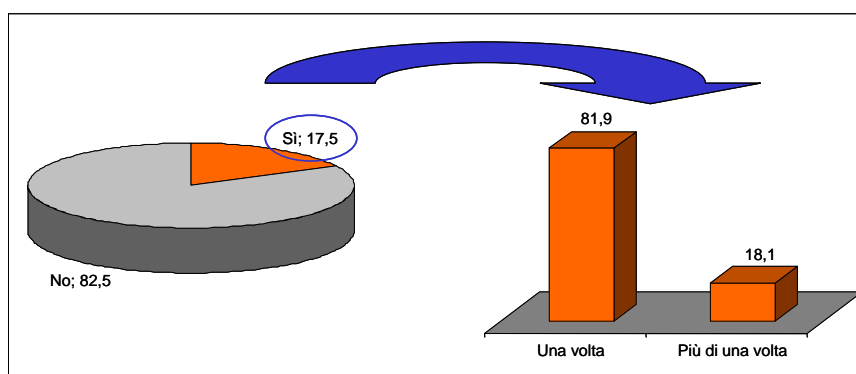
Fonte: **Tecnoborsa**

Non sono emerse differenze di rilievo esaminando il ricorso al mutuo rispetto alla dimensione dell'impresa.

4.4.2. Trasferimenti di sede

Il 17,5% delle imprese non artigiane hanno dichiarato di aver cambiato la propria sede negli ultimi dieci anni; tra queste, l'81,9% lo ha fatto una sola volta e il restante 18,1% almeno due volte (*graf.53*); il cambio di sede è avvenuto prevalentemente tra le microaziende (da 1 a 9 addetti).

GRAFICO 53
CAMBIAMENTO DI SEDE
(val.%)



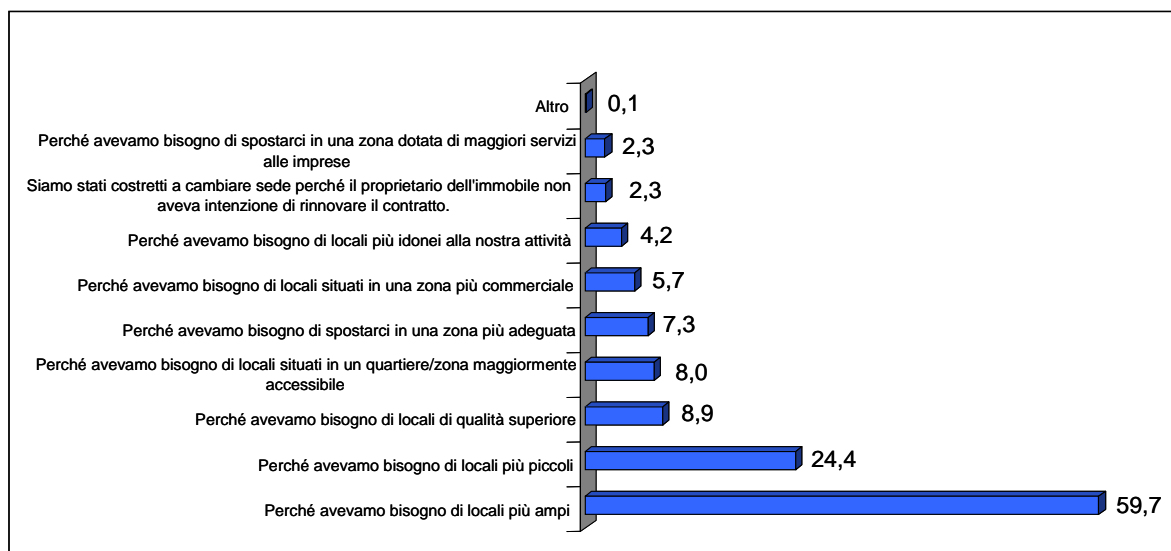
Fonte: **Tecnoborsa**

La motivazione nettamente predominante che ha indotto un'azienda a spostarsi è stata la necessità di operare in locali più grandi (59,7%); a seguire, con un notevole divario, viene indicato il bisogno di operare in immobili più piccoli (24,4%); quindi, chi ha cambiato lo ha fatto per andare in locali più adatti alle esigenze dell'attività, mentre ci si sposta di meno se i locali risultano troppo grandi. Molto meno indicate le altre motivazioni previste, quali l'esigenza di locali di qualità superiore (8,9%); situati in zone più accessibili (8%); in aree più adeguate alla tipologia del loro mercato (7,3%); in zone più commerciali, maggiormente frequentate dai consumatori e ben servite dai trasporti pubblici (5,7%); in zone dotate di maggiori servizi alle imprese (2,3%); inoltre, pochi hanno affermato di avere cambiato sede perché costretti, in quanto il proprietario dell'immobile non ha voluto rinnovare il contratto (2,3%) (*graf.54*).

GRAFICO 54

MOTIVAZIONI PER IL CAMBIO DI SEDE

(val. %)



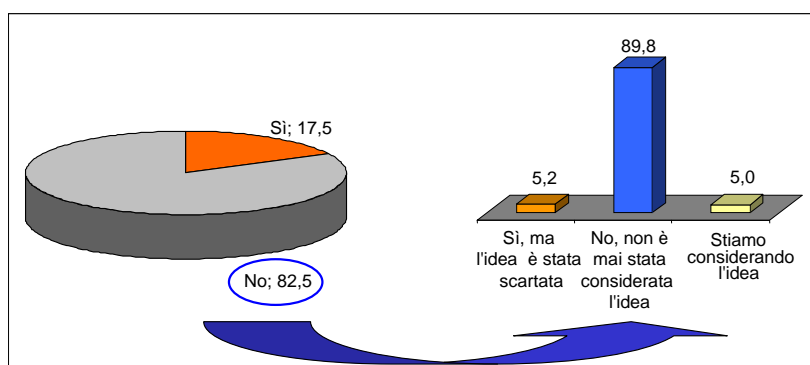
Fonte: **Tecnoborsa**

All'82,5% di coloro che hanno dichiarato di non aver mai cambiato sede negli ultimi dieci anni è stato chiesto se avessero mai preso in considerazione l'idea: il 5,2% ha risposto di sì, ma di aver scartato l'idea in un secondo momento; ben l'89,8% ha detto di non aver mai considerato questa possibilità; infine, il 5% ha preso in considerazione tale eventualità (*graf.55*).

GRAFICO 55

EVENTUALE CAMBIO DI SEDE

(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

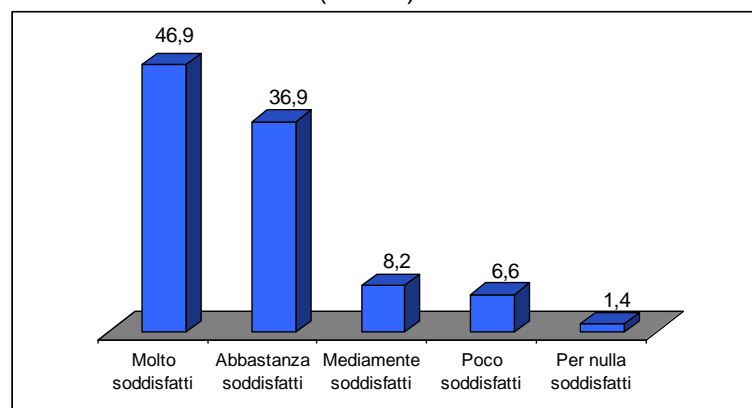
La quasi totalità di coloro che non hanno mai sentito l'esigenza di trasferirsi ha dichiarato di non averlo fatto perché l'attuale sede è adatta alle proprie esigenze

(96,2%) e nessuno ha affermato che pensa di chiudere la sede oggetto dell'analisi; l'1,3% ha affermato che per l'azienda non sarebbe possibile sostenere i costi di un cambiamento di sede; mentre, il 2,5% sta valutando l'idea di cessare l'attività. Infine, per quanto riguarda il grado di soddisfazione nei confronti della sede che l'azienda occupa attualmente, è emerso che circa 83,8% afferma di essere molto o abbastanza soddisfatto (*graf.56*). Tale percentuale sale all'89,2% se si considerano solo coloro che hanno cambiato sede nell'ultimo decennio.

GRAFICO 56

GRADO DI SODDISFAZIONE PER LA SEDE ATTUALE

(val. %)



Fonte: *Tecnoborsa*

5. Considerazioni conclusive

Il confronto dei due aspetti affrontati dall'indagine non consente una mera sovrapposizione dei dati a supporto di determinate tesi.

Tuttavia, sia le conferme che i *mismatching* rilevati propongono elementi di riflessione e chiavi interpretative sui mutamenti in atto per quanto riguarda l'immobile per l'impresa.

5.1. Le asimmetrie sul territorio

Una prima considerazione che emerge nel confronto tra domanda ed offerta dei servizi immobiliari è l'asimmetria in riferimento al territorio nazionale.

Se sul fronte delle aziende non si è osservato un particolare *pattern* geografico, il parere raccolto presso i gestori è chiaro, si attendono: uno spostamento della loro operatività verso il Centro e, soprattutto, il Nord; un maggior ruolo delle grandi città, seppure moderatamente; infine, privilegeranno il centro città.

Lo scenario futuro sarà determinato, quindi, dalla risultante delle forze contrapposte: il fronte della competizione tra gli investitori porterà all'incremento del divario dello *yield* tra Nord e Sud, tra centro e periferia, tra grandi città e piccoli centri. Dalla ricerca, infatti, emerge che gli investitori avranno strategie di sviluppo simili e cercheranno prodotti analoghi a fronte di aziende che non hanno mostrato *pattern* di comportamento così omogenei. Sul fronte degli *economics* del *business*, però, la ridotta redditività degli investimenti immobiliari che ne conseguirebbe nelle zone elette potrebbe portare gli operatori immobiliari a rivedere le strategie di sviluppo, contrastando il processo prima delineato oppure a rivolgersi verso prodotti immobiliari alternativi. E' interessante notare, ad esempio, che il campione dei gestori ha allocato una massa non irrilevante di patrimonio in prodotti non strettamente riconducibili al *retail*, *office* o *industrial*. Sebbene esuli dal campo di ricerca, va notata, ad esempio, la crescente attenzione verso l'edilizia.

5.2. Il *driver* del cambiamento e il ruolo della dimensione ottimale della sede

Una seconda area di divergenza che emerge riguarda il *driver* del cambiamento della sede aziendale. Da parte delle aziende sembra essere la dimensione dell'immobile lo stimolo al cambiamento. Sul fronte della percezione dell'immobiliarista, invece, il cambiamento entra in gioco, quasi sempre, insieme ad altri fattori.

A conferma di tale *mismatching* osserviamo che tra i *driver* del *business* in futuro, nella percezione dei gestori, la flessibilità architettonica - che sarebbe la migliore

risposta alla richiesta delle imprese di un cambiamento dettato dalla variazione della superficie dell'immobile - non risulta essere prioritaria; ad esempio, il *green factor* sembra essere un requisito più importante.

Una possibile risposta a tale divergenza potrebbe essere la differente tipologia tra l'inquilinato dei gestori e il campione delle aziende intervistato; ad esempio, la dimensione dell'impresa. Tanto maggiore è la dimensione del conduttore, tanto maggiore è il suo coinvolgimento nel mercato internazionale e nel mercato organizzato dei capitali e tanto maggiore sarà la sua sensibilità ad istanze di rispetto ambientale e sostenibilità. E' quindi ragionevole pensare che la dominanza, nel campione intervistato, di società di gestione del risparmio, che spesso annoverano grandi conduttori, abbia implicitamente allontanato i dati raccolti sul tema del *driver* del cambiamento.

Se però, come risulta dai dati, la modifica delle dimensioni dell'immobile occupato rappresentasse il vero *driver* del cambiamento, perlomeno per una determinata classe di imprese, ciò rappresenterebbe un chiaro requisito progettuale per gli immobili in futuro.

5.3. La relativa stabilità del sistema

Sebbene non sia possibile sostenerlo scientificamente, perché non disponiamo di una ricerca equivalente antecedente alla presente con cui effettuare delle comparazioni, si può dire che il numero di imprese che hanno cambiato sede e' molto basso.

Si potrebbe dire che lo scenario economico da dieci anni a questa parte è certamente cambiato in modo rilevante. Ma, osservando i dati sui cambiamenti, così come emergono dalla ricerca, non si arriverebbe a tale conclusione. Lo scenario rilevato sul fronte delle aziende mostra un mondo molto stabile.

Una possibile interpretazione di tale risultanza statistica probabilmente risiede nella rigidità del mercato immobiliare italiano. Le strutture contrattuali hanno una durata fissata per legge, il cambio di sede spesso comporta la realizzazione di lavori nella nuova *location* perché l'immobile non viene consegnato pronto all'uso. Cambiare significa nuovi arredi e, quindi, nuovi investimenti poiché sono sempre acquistati dal conduttore. Cambiare significa individuare una sede alternativa senza dispendio di energie e avere indicazioni chiare sulle richieste economiche da parte del mercato, per potere agevolmente valutare le ipotesi. In definitiva, un'interpretazione dei dati raccolti potrebbe essere la constatazione che il cambio della sede per le imprese è l'ultima risposta da parte dell'azienda a fronte di un cambiamento dello scenario più

generale del *business*.

Ci si domanda, quindi, se tale bassa dinamica non sia in parte spiegabile con un'obsolescenza dei prodotti immobiliari tradizionali. A tale riguardo sarà interessante vedere se il settore metterà a punto in futuro prodotti immobiliari innovativi più flessibili, come ad esempio l'*office sharing* ed i *temporary office*, soprattutto nelle aree metropolitane, così come avviene nei mercati nord europei.

5.4. Gli immobili *retail*: verso quale direzione?

L'attenzione nei confronti degli immobili ad uso *retail* è in forte crescita. Va osservato che spesso il comparto degli immobili commerciali è anticiclico: quando il ciclo economico è in fase negativa il comparto industriale e gli uffici ne risentono maggiormente del comparto *retail* e viceversa. Non ci sono indicazioni dirette se la maggiore importanza relativa degli immobili commerciali si tramuti in investimenti in negozi su strada o grandi strutture organizzate. Si può notare però, che sebbene i negozi *high street* rappresentino il 40% del patrimonio *retail*, la valutazione qualitativa sia inferiore a 5, su una scala che va da 1 a 10.

La conclusione potrebbe essere che i grandi fondi immobiliari non siano la formula più competitiva o perlomeno non svolga un ruolo da protagonista nelle *prime location* commerciali. Sarebbe, quindi, ragionevole immaginare il loro sviluppo primariamente verso le grandi strutture organizzate.

Nota metodologica

1. Indagine quantitativa su un campione rappresentativo di imprese italiane

Il mondo delle imprese è stato indagato sottoponendo, telefonicamente, ad un campione nazionale rappresentativo di 2.450 imprese, un questionario strutturato finalizzato alla raccolta di dati quantitativi. L'indagine è stata condotta da Format S.r.l. con il metodo CATI.

L'universo oggetto dell'indagine è costituito dalle imprese operanti nel settore del commercio, turismo, servizi, agricoltura (solo le imprese artigiane), manifattura (solo le imprese artigiane), costruzioni (solo le imprese artigiane); i punti di campionamento scelti sono 12 grandi città metropolitane italiane (Ancona, Ascoli Piceno, Bari, Brescia, Cagliari, Milano, Napoli, Parma, Perugia, Pisa, Roma e Vicenza). Il campione delle imprese è stato costruito al fine di essere rappresentativo dell'universo in termini di distribuzione geografica sul territorio nazionale, settore di appartenenza (sei classi), dimensione dell'impresa, valutata in termini di numero di addetti (quattro classi).

I questionari completi e considerati idonei al fine della elaborazione sono stati 2.219; le interviste sono state condotte nel periodo compreso tra l'8 ed il 26 luglio 2011.

2. Indagine qualitativa sui gestori dei patrimoni immobiliari

Il mondo dei proprietari immobiliari è stato raggiunto indirettamente: si è ricorso infatti prevalentemente alle società di gestione di risparmio. In altre parole piuttosto che ricorrere ad un'indagine puntuale rivolta un alto numero di intervistati, si è ricorso ad un *panel* di gestori indipendenti, relativamente ridotto di numero, ma rilevante in termini di risorse amministrative, in quanto testimoni privilegiati dell'andamento del mercato.

I motivi alla base di tale scelta sono i seguenti:

- sono gestori che sebbene operino su incarico degli investitori immobiliari, sono indipendenti dai patrimoni che amministrano. Tale posizione consente di sviluppare una visione del mercato più obiettiva e autonoma;
- il loro operato è sottoposto alla vigilanza della Banca d'Italia, è rispettoso di un codice di comportamento comune tra gli intervistati, è ispirato alla trasparenza e quindi coerente con gli obiettivi di una ricerca scientifica quale la nostra.
- un ristretto numero di operatori amministra una massa immobiliare rilevante, ampliando la rilevanza del sondaggio in riferimento alle dimensioni del mercato da indagare.

L'anagrafica dei nominativi è stata reperita presso la Banca d'Italia e la lista è stata completata inserendo le più rilevanti *property companies* che gestiscono immobili di proprietà.

Sono stati contattati 19 operatori di cui 16 hanno partecipato alle interviste. La massa amministrata dagli intervistati totalizza 30,8 miliardi di euro, considerando in tale aggregato i soli portafogli immobiliari composti da immobili a supporto dell'attività di impresa.

La raccolta dei dati è avvenuta tramite interviste guidate da un questionario semi strutturato. Il questionario è stato sempre compilato dal ricercatore

Le persone intervistate hanno tutte incarichi di gestione all'interno della propria organizzazione e sono state intervistate nel periodo 15 – 31 gennaio 2012.