

**PORTOFINO** ❖ L'analisi compiuta prendendo in esame le principali città italiane a cura della Federazione italiana di moda

# Affitti in calo del 4 per cento per i negozi della piazzetta

*Il sindaco D'Alia: «Una variazione che non preoccupa gli operatori»*

Meno 2%  
rilevato  
a Genova

Analizzato  
l'ultimo  
biennio

I canoni di affitto dei locali nelle strade della moda italiana hanno registrato un leggero calo fra il 2 per cento ed il quattro come registrato in quel di Portofino. Mentre Milano e Roma con le rispettive zone di tendenza nel campo della moda tengono bene anche se la congiuntura economica non è positiva.

Una contrazione dei prezzi, ossia una flessione, del 2% si è registrata oltre che nel capoluogo ligure anche a Firenze e Venezia: città della moda oltre che d'arte.

Il calo, nella perla del Tigullio, Portofino anche se si è attestato sul quattro per cento non preoccupa i proprietari e non fa sobbalzare il primo cittadino del Borgo noto in tutto il mondo, Giorgio D'Alia. Ed è proprio il sindaco che, prima di commentare il segno negativo, dice: «Non comprendo da dove provengano questi dati ma ritengo che il 4 per cento di calo sostanzialmente non sia una variazione di rilievo che possa far presagire preoccupazione. In buona sostanza si tratta di una flessione minima. Non conosco, comunque, i prezzi delle locazione nel Borgo anche perchè sono trattative che avvengono in maniera privata». E se Portofino resta, come dire, discretamente evasivo sotto questo aspetto c'è da dire che Via Monte Napoleone, a Milano, è la strada più cara d'Italia. Almeno secondo il rapporto Fashion & High Street a cura di Federazione Moda Italia, in collaborazione con World Capital Group. Un an-

no di affitto per un negozio di cento metri quadrati costa 670.000 euro mentre per via della Spiga si arriva a pagare 500mila euro. A Roma in via dei Condotti, per un negozio di 100 metri quadrati si pagano canoni annui fino a 640.000 euro.

Le più economiche sono Genova e Napoli, dove per la stessa metratura, al massimo si spendono 160 mila euro l'anno. Secondo Neda Aghabegloo, responsabile ricerca di World Capital Group: «La crescente attenzione alle nostre High Streets sia da parte di brand italiani che di investitori stranieri, è confermata anche dai canoni di locazione stabili. Posizione strategica, visibilità e desiderio di essere parte del «sistema Italy», sono fattori determinanti nella scelta delle location di vendita». E riguardo a queste caratteristiche il Borgo ligure non ha certo problemi. Nonostante la crisi che in questi anni ha interessato il settore turistico la Perla del Tigullio è sempre stata in grado di tenere un buon livello. E le crociere hanno permesso di far scoprire a molti danarosi le caratteristiche della cittadina: piccole bellezze, location di grande richiamo, vip sempre presenti. Insomma una cittadina che ha lanciato ed esportato nel mondo lo "stile Portofino" come avvenuto l'ultima volta nel 2009 quando la moda al femminile faceva prepotentemente approdare nel mondo scintillante della moda un look navy, senza stravolgere gusti ed abitudini.

