



## L'ubicazione di un negozio: le "piccole cose" che contano molto

La scelta dell'ubicazione di un negozio incide notevolmente sull'intera vita commerciale dell'attività di vendita al dettaglio. Una scelta sbagliata non può che garantire l'insuccesso; una scelta corretta, il successo.

Questa pubblicazione esamina i criteri di scelta della sede, come la compatibilità commerciale e la zona, criteri di cui il titolare-direttore di un piccolo negozio deve tener conto dopo aver preso in considerazione le analisi di base relative agli aspetti economici, demografici e del traffico. La pubblicazione presenta una serie di domande che il dettagliante si deve porre (e a cui deve rispondere) prima di fare la scelta cruciale sull'ubicazione del negozio.

La prima fase del processo di selezione dell'ubicazione di un'attività di vendita al dettaglio avviene nella vostra testa. Prima di qualsiasi altra cosa, definite a grandi linee il tipo di attività e definite il vostro obiettivo a lungo termine. Scriveteli su un foglio. Questo esercizio vi sarà di grande utilità in seguito, quando sceglierete un'ubicazione per la vendita al dettaglio.

Quando si tratta di scegliere una sede, molti proprietari di negozio pensano che sia sufficiente studiare i dati demografici (le informazioni sulle persone, come l'età, il reddito, le dimensioni del nucleo familiare ecc.) della popolazione, sulla concorrenza da affrontare e sull'andamento del traffico nella zona presa in considerazione. Non c'è dubbio: questi fattori sono fondamentali per tutte le analisi relative all'ubicazione di un'attività di vendita al dettaglio.

Ma una volta individuata una possibile ubicazione sulla base di questi fattori, resta ancora la metà del lavoro da fare. Prima di impegnarvi nel trasloco e installazione, dovete verificare accuratamente molti altri aspetti della sede per raggiungere la piena soddisfazione e, soprattutto, per assicurare la vostra riuscita nel luogo prescelto.

### Compatibilità commerciale

Quanto è importante la compatibilità commerciale?

Per un piccolo negozio di vendita al dettaglio, con pochi fondi per la pubblicità e la promozione, la compatibilità commerciale può costituire il fattore più importante per la sopravvivenza del negozio nel primo anno di attività.

Vi collocherete in prossimità di attività che generano traffico per il vostro negozio?  
Oppure vi installerete in prossimità di attività che entrano in conflitto con la vostra?

Per esempio, se offrite i cosiddetti "shopper" (articoli come capi d'abbigliamento per uomo e donna, apparecchi di consumo o gioielli costosi), il miglior contesto sarà in



prossimità di altri negozi che vendono articoli simili. Per contro, non è consigliabile aprire un negozio di articoli come quelli sopra citati in una zona, o in un centro, dove si vendono prodotti di consumo. Per prodotti di consumo si intendono alimentari, negozi di ferramenta, pasticcerie, imballaggi e farmacie.

Esaminate i centri commerciali della vostra area. Troverete immancabilmente boutique, "shopper" e articoli di consumo che possono coesistere facilmente nello stesso contesto. In questa situazione, è comunque importante trovarsi in un'area del centro commerciale compatibile con i prodotti che vendete. Per esempio, un negozio d'animali non dovrà trovarsi nelle immediate vicinanze di un ristorante, di una boutique o di un parrucchiere. Vorrete invece aprire un negozio di articoli da regalo in prossimità di grandi magazzini, cinema e ristoranti; in altri termini, in qualsiasi punto in cui si formano file di persone, dando ai potenziali clienti alcuni minuti per guardare le vetrine del negozio di articoli da regalo.

### **Associazioni di commercianti**

La maggior parte dei neo-proprietari di negozi non ha la minima idea di quanto una solida associazione di commercianti possa fare per promuovere e mantenere l'attività commerciale in una determinata area. Informatevi sempre sulle associazioni di commercianti. La presenza di un'associazione dei commercianti efficiente può rafforzare la vostra attività e farvi risparmiare denaro grazie a programmi di pubblicità di gruppo, piani assicurativi di gruppo e misure di sicurezza collettive.

Grazie alla forza del gruppo, una solida associazione dei commercianti può arrivare a cose che il singolo proprietario di negozio non potrebbe mai sperare di ottenere. Alcune associazioni hanno convinto i pianificatori dell'assetto urbano ad aggiungere uscite autostradali in prossimità dei loro centri commerciali.

Altre hanno fatto pressione per ottenere, riuscendovi, fondi cittadini per ristrutturare i centri commerciali, ingrandire i parcheggi, rifare le facciate degli edifici e installare una migliore illuminazione.

Le associazioni di commercianti possono essere particolarmente efficienti nella promozione di negozi tramite temi o eventi comuni, oppure in occasione delle festività. Queste promozioni esercitano un potere d'attrazione che di solito è molte volte superiore a quello che avrebbe potuto ottenere il singolo dettagliante.

Come stabilire se la sede che state prendendo in considerazione presenta il vantaggio di un'associazione di commercianti efficiente? Chiedete agli altri negozianti della zona. Scoprite:

- Quanti iscritti ha l'associazione
- Chi sono i funzionari
- Con quale frequenza si riunisce il gruppo
- A quanto ammonta la quota associativa



- Cosa, nello specifico, è stato fatto negli ultimi 12 mesi

Chiedete di consultare il verbale dell'ultima riunione. Calcolate la percentuale di iscritti presenti alla riunione.

E se non esiste alcuna associazione dei commercianti? In genere, una zona o un centro commerciale senza un'associazione dei commercianti (o con un'associazione inefficiente) è in fase di declino. Nella zona noterete probabilmente molta spazzatura e detriti, negozi da affittare, parcheggi che necessitano di lavori di manutenzione e sintomi analoghi. Dovrete escludere le zone che presentano questi campanelli d'allarme. Con un po' di indagini in loco, sarà facile evitare tali aree.

### **Reattività del proprietario dell'immobile**

La sensibilità del proprietario dell'immobile nei confronti delle esigenze dei singoli commercianti è direttamente collegata all'aspetto della zona destinata alla vendita al dettaglio. Sfortunatamente, alcuni proprietari di immobili commerciali di fatto intralciano il funzionamento delle attività dei locatari. Di fatto, essi sono spesso responsabili del declino delle loro proprietà.

Imponendo restrizioni alla collocazione e alle dimensioni delle insegne, rimandando o trascurando i lavori di manutenzione e le riparazioni, affittando spazi commerciali adiacenti ad attività incompatibili o, ancora peggio, in diretta competizione, i proprietari possono paralizzare i tentativi fatti dal commerciante per aumentare l'attività.

Qualche volta ai proprietari mancano i fondi per la manutenzione delle proprietà. Anziché continuare a "investire" nelle loro proprietà mantenendo il decoro degli edifici e sostenendo i locatari, essi tentano di "spremere" la proprietà per ottenere quanto più possibile.

Per capire se un proprietario è sensibile alle esigenze dei commercianti locatari, parlate con gli altri locatari prima di assumervi l'impegno di trasferirvi. Ponete le seguenti domande:

- Il proprietario richiama in tempi ragionevoli e invia rapidamente gli addetti alla manutenzione?
- È necessario infastidire il proprietario per ottenere che vengano eseguiti i lavori di manutenzione ordinaria?
- Il proprietario si limita a ritirare l'affitto per poi sparire, oppure è sensibile alle esigenze dei locatari?
- Il proprietario adotta politiche che intralciano le innovazioni di marketing?



## Suddivisione in zone e pianificazione urbanistica

La commissione urbanistica sarà felice di fornirvi la "carta" più recente della zona commerciale e delle aree circostanti che vi interessano. Ecco alcune questioni da prendere in considerazione:

- Esistono restrizioni che limitano oppure ostacolano le vostre attività?
- Sono previsti lavori di costruzione, o modifiche del traffico urbano, oppure nuove strade che potrebbero rappresentare un ostacolo per il vostro negozio?
- Eventuali modifiche ai regolamenti urbanistici rischiano di privarvi dei vantaggi concorrenziali che attualmente notate in quella zona e risultare invece vantaggiosi per la concorrenza, o addirittura attirare nuove attività in competizione a entrare nella vostra zona commerciale?

La maggior parte delle commissioni urbanistiche, unitamente alle commissioni per lo sviluppo economico e regionale, pianificano diversi anni in anticipo. I membri delle commissioni possono probabilmente fornirvi preziose informazioni che vi aiuteranno a scegliere fra le possibili sedi prese in esame per la vostra attività al dettaglio.

## Contratti di locazione

La durata e il tipo di contratto di locazione sono direttamente collegati alla zona. Prima di sottoscrivere un contratto di locazione non flessibile, dovrete ottenere informazioni sui piani futuri per la zona e stabilire quanto tempo desiderate rimanere in quel particolare luogo tenendo conto di quanto segue:

- Avete in programma di condurre l'attività in quel particolare luogo a tempo indeterminato oppure avete fissato un limite di tempo?
- Se l'attività ha successo, sarete in grado di espandervi nella stessa sede?
- Il contratto di locazione è flessibile e può essere rinnovato dopo un numero prestabilito di anni? (Per contro, il contratto d'affitto ha una durata limitata e quindi, all'occorrenza, dovrete cercare un'altra sede?)

Studiate accuratamente il contratto di locazione che vi viene proposto. Consultate il vostro legale o altri esperti. L'accordo:

- Lega l'affitto al giro d'affari (secondo una scala prestabilita) oppure c'è un canone fisso?
- Tutela anche voi, oltre al proprietario dell'immobile?
- Riporta per iscritto gli impegni presi dal proprietario dell'immobile per quanto riguarda i lavori di riparazione, costruzione, ristrutturazione, imbiancatura, modifica e manutenzione?
- Contiene clausole che vietano il subaffitto?

Considerate questi fattori prima di scegliere una sede.



## Altri aspetti da considerare

Nella scelta di una sede per il negozio al dettaglio, vanno presi in considerazione diversi altri fattori, a seconda del campo di attività. Le seguenti domande, pur non esaurendo tutte le possibilità, possono aiutarvi a decidere in merito alla sede per l'attività di vendita al dettaglio:

- Di quanto spazio di vendita, d'ufficio, di magazzino o di laboratorio avete bisogno?
- Lo spazio per parcheggiare è disponibile e adeguato?
- Avete bisogno di un'illuminazione, di un sistema di riscaldamento, di raffreddamento o di altre installazioni particolari?
- Le spese di pubblicità saranno molto superiori se scegliete un'ubicazione relativamente distante?
- L'area è servita dai mezzi di trasporto pubblici?
- L'area può costituire una fonte di dipendenti?
- Vi è un'adeguata protezione antincendio e da parte delle forze dell'ordine?
- La fornitura di servizi di igiene o delle utenze rappresenta un problema?
- Nella zona, l'illuminazione esterna è adeguata per attirare la clientela serale facendola sentire al sicuro?
- Sono disponibili servizi igienici per i clienti?
- Si accede facilmente al negozio?
- Il costo dell'assicurazione contro i furti sarà proibitivo?
- Prevedete di fornire servizi di ritiro o di consegna a domicilio?
- La zona commerciale dipende fortemente da attività stagionali?
- La sede è comoda da raggiungere dal vostro luogo di residenza?
- I potenziali clienti a cui aspirate abitano nella zona?
- La densità di popolazione della zona è sufficiente?

## Assistenza per la scelta di una sede

Scegliere una sede per un'attività di vendita al dettaglio è, nel migliore dei casi, un'impresa rischiosa. Pensando alle conseguenze della scelta di una sede che risulterà inadatta, vale la pena di cercare di ottenere la massima assistenza possibile.

Potreste ingaggiare un consulente per analizzare due o tre possibili sedi che avete preselezionato. Il costo sarà inferiore se fornirete al consulente un elenco di possibili sedi da voi preselezionate, anziché chiedergli di effettuare una ricerca da zero. Anche la facoltà di economia aziendale di un college o di un'università della zona potrebbe esservi d'aiuto.

Altre fonti di informazioni sulle possibili sedi sono costituite da funzionari di banca e avvocati, che potrebbero aver tenuto sotto osservazione per un lungo periodo molte zone in cui altri clienti hanno svolto la propria attività.



Anche gli agenti immobiliari possono fornire informazioni. Non dimenticate, però, che la loro remunerazione si basa sulle commissioni che ricevono sull'affitto delle proprietà.

## **Le scelte precipitose producono pentimenti di lunga durata**

La scelta di una sede per un'attività di vendita al dettaglio richiede tempo e un esame attento. Non va fatta di fretta, per esempio per farla coincidere con l'approvazione di un prestito. Se non avete trovato una sede adatta, non programmate di aprire fino a quando non sarete sicuri di aver trovato quello che volete. Suspendete l'esecuzione dei vostri programmi e non accontentatevi di una sede che non si sa se funzionerà. Un ritardo di alcuni mesi rappresenta solo un piccolo contrattempo rispetto agli enormi problemi, spesso fatali, che accompagnano la conduzione di un'attività di vendita al dettaglio in una sede inadatta.

Il Canada-Ontario Business Service Centre (Centro servizi alle imprese del Canada-Ontario) (COBSC/CSECO) offre informazioni sulle attività imprenditoriali, nelle due lingue ufficiali del Canada, inglese e francese. Alcuni dei nostri documenti più importanti sono stati tradotti anche in altre lingue, per agevolarne la più ampia comprensione. Se desiderate ulteriori informazioni di natura imprenditoriale, potete chiamare il numero 1-888-576-4444 per parlare con un funzionario di COBSC/CSECO.