

Il ruolo dei legali è centrale nelle scelte imprenditoriali

«Le problematiche più frequenti nel settore retail sono strettamente legate all'attività imprenditoriale, più che a specifiche tematiche immobiliari, come la licenza commerciale, il fatturato del retailer o la restituzione dell'azienda commerciale in caso di affitto». Così **Paolo Rulli**, socio responsabile del team Real Estate di **Clifford Chance** in Italia. «Una particolarità è data dal fatto che nel settore retail spesso è molto più importante, ed è quindi più negoziata e disciplinata tra le parti, l'attività commerciale vera e propria, piuttosto che l'immobile nel quale viene svolta. Lo stesso discorso vale per gli hotel. Questo ha diverse conseguenze anche pratiche perché spesso le valutazioni sono quelle tipiche di un business più che di un immobile». Rulli delinea così il ruolo svolto dai legali nel settore: «Generalmente gli avvocati dell'immobiliare si occupano anche di retail, non c'è una netta distinzione. La differenza, più che altro, si misura dall'importanza delle operazioni seguite, nel senso che le grandi operazioni immobiliari (oltre i 100 milioni di euro) sono quasi sempre concluse con l'assistenza dei grandi studi, mentre quelle minori (ad esempio un unico asset) sono più distribuite nel mercato dell'assistenza legale». Molto dipende anche dalla complessità dell'operazione. «Dato che in linea di massima gli interessi di natura patrimoniale sono liberamente disponibili dalle parti contrattuali, le caratteristiche di questi contratti hanno svariate discipline e finalità, in primis quelle di tutelare l'acquirente da cattivi affari o il proprietario dell'immobile da sgradite sorprese al momento del rilascio dell'immobile locato o affittato. Nel primo caso sono molto gettonate le clausole di earn-out e di prezzo differito (che consentono all'acquirente di non sborsare immediatamente il pieno prezzo di acquisto) e nel secondo le clausole di garanzia e di manleva da parte di soggetti terzi capienti, generalmente banche».

Gianmatteo Nunziante, socio fondatore dello **Studio Nunziante Magrone**, aggiunge tra le problematiche frequenti che il settore sperimenta il cosiddetto unletting, «vale a dire la revisione al ribasso dei canoni di locazione) e contrazione delle compravendite con conseguenti riflessi sul servizio del debito da parte degli immobiliari». Un fenomeno sempre più rilevante, considerato che il settore del real estate finance «è soprattutto impegnato sul fronte della ristrutturazione, sia in bonis

che con le tutele della Legge Fallimentare, dei portafogli di real estate loans, molto più che sulla nuova finanza».

Il mercato cambia volto con l'avanzata dell'e-commerce

Per **Francesco Arangio**, partner di **Graziadei Studio Legale** e consulente di diversi fondi che detengono immobili destinati a centri commerciali, «il problema principale di questo periodo è il mantenimento dei rapporti di locazio-

ne: spesso, quando coinvolgono locali commerciali, la possibilità per il conduttore di pagare i canoni di affitto è strettamente legata all'andamento dei propri affari. Così capita di frequente che, se qualche esercizio comincia ad andare male, il problema si estenda agli altri negozi del centro commerciale. Il locatore si trova così nella necessità di risolvere il

rapporto con l'attuale conduttore, con tempi giudiziari molto lunghi, ma nello stesso tempo deve mettere in conto un abbassamento dei canoni per chi lo sostituirà».

Luigi Croce, partner e responsabile del dipartimento di diritto immobiliare in Nctm, aggiunge tra le problematiche più frequenti che coinvolgono i consulenti legali, «le questioni relative alla messa a reddito degli edifici e/o dei singoli corner (nel caso delle cosiddette gallerie commerciali) e le tematiche alla stessa correlate, come l'impostazione dei singoli rapporti». Croce vede un mercato che tiene meglio rispetto all'immobiliare in generale, anche se rileva una situazione in via di evoluzione, considerato «l'incremento della presenza sul web di molti grandi marchi», che nel medio termine potrebbe causare «un possibile calo dell'affluenza nelle strutture retail e conseguentemente un minore appeal dei centri commerciali per i soggetti che, oggi, in questo mercato investono».

Christian Faggella, partner dello **Studio Legale La Scala**, rileva la centralità dei legali anche in sede di apertura degli outlet, «con un lavoro di assistenza ai proprietari dell'area e agli sviluppatori dell'iniziativa, prendendo anche i contatti con le società di promozione e sviluppo». Un settore che, spiega l'avvocato, mostra maggiore resistenza alla crisi rispetto ai centri commerciali. Quanto alla contrattualistica, «ci occupiamo in particolare di contratti di affitto di rami di azienda.

Il proprietario dell'area, ancora prima di costruire, deve avere una visione di insieme di come si comporrà l'outlet, anche perché egli dovrà procurarsi precedentemente tutte le autorizzazioni e le licenze per i negozi». Una delle maggiori problematiche di questo tipo di contratto è la gestione delle tempistiche: infatti il proprietario dell'area dovendosi portare avanti

con le manifestazioni di interesse nei confronti dei negozi che vuole avere all'interno dell'outlet, stipula dei contratti preliminari. «Questi contratti – siglati molti mesi prima dell'apertura – contemplano anche l'indicazione dell'opening day; indicazione che però non tiene conto delle fisiologiche tempistiche dei cantieri, esponendo molto spesso il proprietario dell'outlet a penali contrattuali per lo slittamento dell'apertura del centro», aggiunge Faggella.

I rapporti di lavoro nei cambi di gestione

Olaf Schmidt, partner responsabile del dipartimento di real estate per l'Italia e l'Emea di **Dla Piper**, fa notare che in questa fase di sofferenza per il comparto retail emergono due tipologie di problemi: «Quando un negozio cambia gestore, le problematiche giuridiche dipendono molto dalla forma di contratto scelto dalle parti», spiega. «Nel caso della locazione, il conduttore che esce per decisione del locatore, ha diritto all'indennità di avviamento che varia da 12 a 18 mensilità. Una possibilità che non sussiste di regola quando il negozio è stato concesso in locazione in base a un contratto di affitto di ramo di azienda». Un'altra problematica è legata al personale che lavora nel negozio. «Se vi è continuità nella gestione del negozio, frequentemente sussiste il rischio per chi subentra di dover assumere il personale», precisa



Ruben Pescara



Schmidt. «Questa eventualità è più facile da escludere quando le parti hanno scelto come base per disciplinare il loro rapporto un contratto di locazione commerciale».

Le difficoltà per gli investitori stranieri

Andrea Cicala, partner di **Baker & McKenzie**, si sofferma sulle principali difficoltà che incontrano i clienti stranieri interessati a entrare nel mercato italiano. «I problemi sono in primo luogo di tipo culturale. Tra le prime cose che spieghiamo a coloro che intendono gestire direttamente i negozi senza acquisire la proprietà degli spazi sono le differenze esistenti tra contratti di locazione e di affitto di azienda, considerato che quest'ultimo costituisce una particolarità rispetto ad altri ordinamenti». In secondo luogo occorre chiarire ai player stranieri

«che la normativa in materia di commercio è anche di competenza locale e che è possibile avere una diversità di approccio tra le varie amministrazioni». Un altro aspetto di rilievo è rappresentato dall'ancora limitata liberalizzazione del sistema autorizzativo. «I tempi per ottenere il via libera nel campo amministrativo e delle licenze commerciali», aggiunge Cicala, «sono particolarmente lunghi e questo rallenta e rende poco flessibile il processo di apertura di un punto vendita».

Sottolinea qualche difficoltà per gli stranieri anche **Ruben Pescara**, dello studio legale **Jenny & Partners**: «Non sempre è facile spiegare al cliente la "sottile" differenza tra affitto d'azienda e locazione, tanto più che questa è andata progressivamente perdendo di significato con la liberalizzazione del settore. Altre peculiarità del nostro ordinamento (molto poco gradite allo straniero) sono la solidarietà del cessionario verso l'Erario in caso di acquisto d'azienda, il certificato fiscale (che consente di limitare tale responsabilità a eventuali carichi fiscali pendenti evidenziati nel certificato), la responsabilità del cedente l'azienda verso il locatore ceduto e la disciplina giuslavoristica del trasferimento d'azienda».

A Manhattan la crisi è ormai alle spalle

Per molti marchi italiani, gli Usa continuano a rappresentare la terra promessa, considerati il livello di ricchezza e l'ampiezza di quel mercato. «Negli ultimi tempi è in forte crescita il numero di italiani che vogliono 'aprire bottega', soprattutto a Manhattan e Brooklyn», spiega **Guido Pompilj**, di

Vivaldi Real Estate. «Investire in un'attività commerciale nella Grande Mela è una grande opportunità, in quanto si tratta di una città ad altissima densità abitativa e con un reddito medio molto elevato», spiega l'esperto. «Anche in ottica di investimento si tratta di una scelta di solito profittevole, con un ritorno che si aggira tra il 4 e il 4,5%, al netto di tutte le spese e le tasse».



Christian Faggella



Paolo Rulli



Gianmatteo Nunziante



Andrea Cicala



Luigi Croce



Olaf Schmidt