

Servizio | High Street



Montenapoleone è la via più cara d'Europa. I canoni sfiorano i 15mila euro al mq

La via dello shopping milanese supera, per la prima volta, New Bond Street a Londra e Avenue des Champs Élysées a Parigi, secondo il report di Cushman & Wakefield che ha analizzato 92 città in tutto il mondo.

di Laura Cavestri

23 novembre 2022



Ascolta la versione audio dell'articolo

2' di lettura

Via Montenapoleone a Milano sale sul podio come la terza via commerciale più costosa al mondo, con canoni medi di 14.547 euro al mq all'anno e, per la prima volta, diventa la prima via dello shopping in Europa, superando New Bond Street a Londra e Avenue des Champs Élysées a Parigi, rispettivamente al quarto e quinto posto nella classifica globale.

La via dello Shopping Milanese si posiziona dopo la Fifth Avenue di New York (con

canoni medi di 21.076 euro/mq/anno) e Tsim Sha Tsui di Hong Kong

(15.134

euro/mq/anno), secondo il report "Main Streets Across the World" di

Cushman &

Wakefield che monitora le principali vie del Retail in 92 città nel mondo e stila la

classifica delle più care in base al valore dei canoni prime.

LE VIE DEL LUSSO

CLASSIFICA GLOBALE 2022	CLASSIFICA PRE-COVID	INDIRIZZO	CITTÀ	CANONE (EUR/MQ /ANNO)	VA PR CC A Oc
1	2	Upper 5th Avenue (49th to 60th Sts)	New York City	21.076	14
2	1	Tsim Sha Tsui (main street shops)	Hong Kong	15.134	15
3	5	Via Montenapoleone	Milano	14.547	9
4	3	New Bond Street	Londra	14.346	13
5	4	Avenue des Champs Élysées	Parigi	11.069	11
6	6	GINZA	Tokyo	9.956	10
7	8	Bahnhofstrasse	Zurigo	8.927	12
8	7	Pitt Street Mall	Sydney	7.624	14
9	9	Myeongdong	Seoul	5.973	11
10	10	West Nanjing Road	Shanghai	5.225	12

Fonte: Cushman & Wakefield • Scaricare i dati • Creato con Datarwrapper

«Nonostante lo stress test degli ultimi anni – ha dichiarato Joachim Sandberg, *Head of Italy* di Cushman & Wakefield – Via Montenapoleone si conferma come una delle vie dello shopping del lusso più importanti e quotate al mondo salendo al primo posto in Europa, dietro solo a New York e Hong Kong a livello globale. I valori locativi, in controtendenza e in crescita rispetto al 2019, dimostrano che gli operatori credono fortemente nella location e nell'importanza di continuare ad investire nei negozi fisici per creare "l'esperienza" necessaria per rafforzare il proprio brand».

Nelle principali destinazioni retail a livello globale, i canoni sono diminuiti in media del 13% nel periodo più intenso della pandemia da Covid-19, ma sono successivamente risaliti ad appena il 6% rispetto ai livelli pre-pandemia.

Nella fase più acuta della pandemia, i canoni di locazione nell'area EMEA sono scesi in media dell'11%, anche se con notevoli variazioni a seconda della gravità delle misure di restrizione adottate. Irlanda, Regno Unito, Spagna e Francia hanno subito un impatto significativo, con un calo medio dei canoni fino al 28%, mentre in alcune parti dell'Europa orientale, come in Slovacchia e Slovenia, le variazioni sono state minime.

Nel periodo successivo al picco della pandemia, gli affitti prime sono risaliti ad appena l'8% sotto i livelli pre-pandemia e all'inizio del 2022 l'Europa ha registrato volumi di vendita superiori del 4,1% rispetto ai livelli registrati all'inizio della pandemia. Tuttavia, la ripresa è stata, e continuerà, ad essere ostacolata dall'inflazione che ha un impatto sulla domanda di consumatori e retailer.

«L'appeal di via Montenapoleone – ha detto Thomas Casolo, *head of retail Italy* – porta Milano in vetta all'Europa, dopo due anni difficili. Nonostante le prospettive economiche a breve termine non siano rosee, Cushman & Wakefield continua a rilevare l'interesse di nuovi operatori, che puntano soprattutto sul retail fisico. Il ritorno dei turisti, soprattutto dall'America ha riportato Milano al centro del mercato del lusso in Europa».