

IL DATO INDICA CHE LA CRISI NON È ANCORA PASSATA; GLI ESPERTI DEL SETTORE: «L'IMPORTANTE È DARE IL GIUSTO VALORE AGLI EDIFICI»

Freno tirato per il mercato immobiliare

In città per vendere un appartamento ci vogliono 215 giorni

Il mercato immobiliare "se la prende comoda". A Lodi ci vogliono ben 215 giorni per vendere una casa, una "performance" che non è tra le migliori della Lombardia e che segnala ancora una volta la situazione di difficoltà del settore. Certo, rispetto allo scorso anno uno spiraglio si è insinuato tra i mattoni, ma parlare di una vera e propria ripresa è prematuro.

L'analisi realizzata dall'ufficio studi Tecnocasa ha preso in considerazione l'andamento dei tempi medi di vendita degli edifici negli ultimi sei mesi: il periodo analizzato va da gennaio a luglio 2010, in particolare sono state esaminate le grandi città e i capoluoghi di provincia. Gli ultimi dati mostrano che nelle metropoli sono necessari 154 giorni per "piazzare" una casa.

Se a Lodi bisogna aspettare 215 giorni per fare un affare. Ci sono almeno tre capoluoghi dove il mercato è più lento: a Brescia ce ne vogliono 226, a Cremona 235 e a Bergamo 238. Ai vertici della classifica, invece, si trova Milano, dove ne bastano 155 per far felici gli agenti immobiliari.

«I tempi di vendita nei capoluoghi di provincia hanno una media di 181 giorni - fanno sapere da Tecnocasa -, contro i 167 di gennaio 2010. Nei primi sei mesi dell'anno si evidenzia una sostanziale stabilità nelle grandi città e un leggero aumento nei capoluoghi di provincia. Da notare come nelle realtà metropolitane i tempi di vendita siano più brevi rispetto alle altre, grazie a un maggior dinamismo del mercato. Nelle grandi città a giugno non si registrano tempi di vendita superiori a 200 giorni».

Massimiliano Lingiardi, titolare dello studio immobiliare in viale Vignati a Lodi, sostiene che i tempi di vendita si siano allungati. «È fondamentale - afferma l'esperto - attribuire il giusto valore all'immobile, sia da parte degli operatori che lavorano nel settore sia da parte dei proprietari. Se il valore è congruo, allora si può vendere in un periodo di tempo compreso tra 3 e 6 mesi, altrimenti i tempi si dilatano, oppure si rischia di non vendere nulla». Sono in tanti a scommettere sul metro veloce Lodi-Saronno, la linea ferroviaria che garantisce collegamenti costanti tra Lodi e Milano: se adeguatamente pubblicizzata, potrebbe portare nuovi residenti a Lodi e dare così uno slancio maggiore alle compravendite sul territorio.

In questi giorni sul mercato si è affacciata un'importante novità: la cedolare secca sugli affitti. L'aliquota è stata ridotta dal 25 al 20 per cento, una decisione che porterà alcuni vantaggi ai contribuenti, anche per quelli con redditi bassi: permetterà infatti di pagare il 22,6 per cento in meno rispetto all'Irpef.

«Il provvedimento dovrebbe stimolare gli investimenti - sottolinea Lingiardi -, soprattutto per i proprietari che, a causa dell'elevata tassazione, fino a questo momento hanno investito poco».

In base a quanto stabilito dal Consiglio dei ministri, inoltre, a partire dal prossimo anno i sindaci potranno contare sul gettito dei tributi legati agli immobili, come per esempio registro e bollo. Dal 2014, infine, i comuni potranno avere a disposizione la nuova imposta municipale sul possesso degli immobili, che però non sarà applicata sulla prima casa. I sindaci, tuttavia, aspettano di conoscere i tagli ai trasferimenti nascosti dietro l'angolo.

Greta Boni



Uno dei tanti cartelli affissi per le strade di Lodi e della provincia, che pubblicizzano la vendita di appartamenti

Il "piano casa" non decolla Il fatturato resta deludente

Niente da fare, il "piano casa" voluto dal governo per risollevare le sorti dell'edilizia non funziona. Anche nel Lodigiano, infatti, i risultati ottenuti sembrano essere deludenti. Non solo, il settore del mattone, che negli anni scorsi ha sempre trainato l'economia, negli ultimi tempi ha rallentato il passo, perdendo per strada nel Lodigiano il 12 per cento della forza lavoro, ovvero più di 700 operai.

In realtà, il "piano casa" non ha fatto scintille in tutta la Lombardia. Per il 67 per cento delle imprese edili della regione il provvedimento (a un anno dalla sua attuazione) non ha inciso in alcun modo in termini di crescita del giro d'affari; per il 21 per cento ha inciso fino al 20 per cento. Questi i primi dati emersi dall'indagine condotta su un campione di 123 aziende edili della Lombardia, in vista di Expoedilizia, la Fiera professionale per l'edilizia e l'architettura organizzata da Ros, società partecipata da Fiera di Roma e da Senaf, che si svolgerà presso il polo fieristico della capitale dall'11 al 14 novembre 2010.

Le imprese lombarde si dimostrano scettiche anche nei confronti dei recenti incentivi voluti dal governo per la riqualificazione energetica delle abitazioni: secondo il 43 per cento degli

imprenditori, questa azione produrrà una crescita del giro di affari fino al 20 per cento, mentre per il 42 per cento non inciderà in alcun modo.

La norma inserita nel decreto che allarga il numero delle attività che possono essere svolte senza presentare la Dia incontra invece il favore degli imprenditori: ben il 54 per cento degli intervistati la ritiene utile.

Il futuro dell'edilizia potrebbe essere l'"housing sociale", a patto che vengano rispettate determinate condizioni: per il 39 per cento degli intervistati gli immobili devono essere proposti al pubblico a prezzi davvero competitivi ma non penalizzanti per le aziende; per il 15 per cento i comuni devono mettere a disposizione aree a prezzi molto contenuti e devono essere coinvolti tutti gli attori della filiera, dalla progettazione, alle macchine e materiali sino alle rifiniture.

In tema di sicurezza, invece, le leve da potenziare per far diminuire gli incidenti nei cantieri sono soprattutto due: per il 65 per cento degli imprenditori la maggiore formazione dei coordinatori per la sicurezza e per il 21 per cento il maggiore rigore nell'attuazione delle regole da parte degli ispettori.

Gr. Bo.

LA 22ESIMA EDIZIONE IN PROGRAMMA DAL 2 OTTOBRE AL 5 DICEMBRE: OBIETTIVO SUPERARE LE 30MILA PRESENZE

La nuova rassegna corre su Internet

Debutto sul web per la kermesse gastronomica del Lodigiano

La rassegna gastronomia del Lodigiano sbarca anche su Internet. Con i suoi 24 ristoranti (uno in più dello scorso anno) i suoi menù, il suo calendario e le bontà nostrane grazie alle quali, per dirla con l'assessore Mariano Peviani «tante persone da fuori conoscono il nostro territorio grazie alla rassegna gastronomica: per questo dovremo essere impeccabili, essere riconosciuti come territorio del gusto e dell'accoglienza». A rilanciare la corsa verso la 22esima edizione dell'evento (dal 2 ottobre al 5 dicembre prossimi) ha provveduto la presentazione del nuovo sito web della kermesse (www.rassegnagastronomica.it).

«Uno strumento semplice, completo e compatto, anche per i cellulari», ha spiegato soddisfatto il "creatore" del sito, Mattia Borri; il tutto illustrando un "mini portale" grazie al quale gli aspiranti buongustai della rassegna potranno scoprirne ogni segreto, dai piatti scelti da ciascun ristoratore al costo del pasto, dalla mappa interattiva alle aziende produttrici dei cibi a marchio Lodigiano Terra Bu-



La presentazione della rassegna 2010: terzo da sinistra l'assessore Peviani

na utilizzati (obbligatori almeno 3 per ristorante, oltre alla raspadura), fino agli eventi in programma sul territorio (sagre comprese) e ai "tesori" naturalistici e non a disposizione di chi prima o dopo essersi seduto a tavola vorrà concedersi un gita nel Lodigiano. Il sito,

peraltro, sarà sola la punta "high tech" di una campagna organizzativa e promozionale nella quale gli organizzatori investiranno all'incirca 100mila euro, oltre alle due mila e più ore di lavoro spese dallo staff che, grazie allo sforzo della provincia di Lodi, conterà fino al 2

ottobre su ben 11 persone. «Uno sforzo che abbiamo preso appena avvertito lo spettro della crisi», ha spiegato Peviani, fidando di aver dato alla Strada del Vino e dei Sapori Lodigiano, organizzatore primo dell'evento, un degno aiuto.

«Siamo felici del ritorno al nostro fianco della Provincia, perché un evento del genere non è semplice - ha detto il presidente della Strada, Carlo Pietrasanta - Speriamo di contare almeno gli stessi clienti dell'anno scorso, se non di più». L'obiettivo, in tal senso, è superare le oltre 30mila presenze del 2009 puntando forte sulla qualità del servizio, che verrà controllata severamente affidando anche ai clienti il ruolo dei "critici".

Tra novità e defezioni le "new entry" tra i ristoranti sono il Perbacco (Muzza Piacentina), dell'Antica Osteria il Rondò di Lodi e della Risosteria alla Torre di Casale. In attesa di depliant e brochure, l'elenco completo con indirizzi, menù e foto intanto è su Internet: e anche su Facebook, perché il gusto, ormai, è di casa anche sulla rete.

Alberto Belloni

BUON AVVIO NEL 2010

"Boom" dei turisti che si muovono prenotando on-line

Lo sbarco in rete fa volare il turismo "mordi e fuggi" lodigiano, anche quello per affari. A rivelarlo è l'ultimo rapporto dell'osservatorio turistico regionale, secondo il quale alberghi e strutture ricettive in provincia hanno conquistato una buona fetta di clienti grazie a Internet. La scelta fatta dal 93,9 per cento delle strutture locali (seconda miglior "performance" in regione) di promuovere sul web, in particolare, ha fatto del Lodigiano la seconda provincia lombarda per numero di ospiti prenotati "on line": il 51,2 per cento del totale, soprattutto via mail, ma anche dal sito di proprietà e attraverso i grandi portali, dato secondo solo a Milano e ben oltre le medie regionali e nazionali. Le sorprese positive però non finiscono qui. Il tasso di occupazione delle camere lodigiane, nel primo semestre del 2010, è arrivato al 56,3 per cento, secondo miglior risultato in Lombardia e con una crescita del 7,5 per cento rispetto al 2009. Il Lodigiano, in particolare, è andato benissimo in aprile (terzo in Lombardia), Maggio (secondo) e giugno (quarto); e se le prenotazioni per luglio e agosto l'hanno fatto scendere rispettivamente all'ottavo e al settimo posto, quelle per settembre (il 38,3 per cento della camere) fanno degli alberghi lodigiani il secondo "rifugio" più ambito dai turisti lombardi, dietro Milano. Quanto alla tipologia della clientela, in prevalenza italiana (il 72,8 per cento), il Lodigiano si segnala per la leadership nella "fidelizzazione" dei suoi clienti cosiddetti "abituali", che con il 48,1 per cento è la più alta di tutta la Lombardia. La provincia è però al penultimo posto tra le mete preferite dalle famiglie (l'8,6 per cento) e al primo degli uomini d'affari (il 72,8 per cento). L'unico dato davvero negativo è quello sulla permanenza dei clienti nelle strutture lodigiane, che con 2,6 notti di media si colloca al penultimo posto in Lombardia: la conferma, una volta di più, delle caratteristiche da "focata e fuga" del turismo lodigiano.

Il Piano venatorio verso la revisione, occhi puntati sugli ambiti di caccia

Nascerà con il contributo e il parere di tutti il nuovo piano faunistico venatorio provinciale, destinato a sostituire quello ormai in vigore dal 2003 e, forse, a riorganizzare gli ambiti territoriali nei quali oggi è possibile sparare. Disposto l'avvio del procedimento di revisione del piano e della relativa Valutazione ambientale strategica, la provincia di Lodi ha deciso infatti di aprire a ogni soggetto "vicino" o interessato all'ambito della caccia la stesura del suo nuovo "codice per le doppiette". Già oggi, a livello istituzionale, al via dei lavori, previsto per il 30 novembre prossimo, sono attesi numerosi enti, dalla commissione per la Vas alla regione Lombardia, passando per le province confinanti, i comuni lodigiani, il consorzio di gestione del

Parco Adda Sud, il comune di Somaglia (riserva naturale Monticchie), i comuni capofila dei parchi locali di interesse sovracomunale, i consorzi irrigui, di bonifica e di depurazione, l'Aipo, l'Arpa di Lodi, l'Asl, gli enti gestori dei siti Rete Natura 2000, l'Ersaf, il corpo forestale e il corpo di polizia locale e protezione civile. Assieme a loro, però, l'assessore provinciale alla partita Matteo Boneschi vorrebbe coinvolgere numerosi altri soggetti, associazioni venatorie in primis, passando per le associazioni agricole (Coldiretti, Confagricoltura, Cia), quelle di protezione ambientale, quelle cinofile, i comitati di gestione degli ambiti territoriali di caccia, l'Ente produttori di selvaggina, i concessionari di istituti privati, i titolari di apposta-

menti fissi, quelli di zone permanenti di addestramento cani, del Cras, delle associazioni di pescatori dilettanti e dell'università di Lodi. E il singolo cittadino? Spazio anche a lui, garantisce Boneschi, spiegando come «il procedimento è aperto alla partecipazione di ogni soggetto interessato, di modo che il nuovo piano sia il frutto di un lavoro comune e condiviso». Il riferimento è a ogni argomento e tema che verrà affrontato nel piano: su tutti, la ridefinizione (anche numerica) degli ambiti territoriali di caccia, che potrebbe incidere sul numero di licenze di caccia da rilasciare e su quello delle "doppiette" che, ogni anno, vengono a sparare nel Lodigiano da fuori provincia.



Al.Be. Cambierà il piano venatorio, novità in arrivo per i cacciatori del Lodigiano