



Roberto Pacifico

Una guida sempre utile

Se il 2016 è stato un anno vivace per l'industria dei centri commerciali con l'apertura di uno dei più grandi shopping centre d'Italia, ad Arese, al quale sono seguiti Elnos Shopping Centre di Ikea a Roncadelle, e Scalo Milano a Locate Triulzi, anche il 2017 non è stato parco di appuntamenti (Adigeo a Verona, e MondoJuve a Vinovo-Nichelino). Lo sviluppo nell'immobiliare commerciale italiano (e non solo) è condizionato da molteplici fattori, e non tutti di natura politico-urbanistica: visto che i consumi non potranno tornare ai tempi dell'Eldorado, bisognerà capire come calibrare le leve del traffico (i centri commerciali sono comunque attrattivi sul piano delle frequenze), della redditività e della funzione territoriale. Siamo all'edizione 2017 di questa pubblicazione storica per Mark Up. L'elenco degli ipermercati è rappresentativo di una buona e importante fetta della Gdo, includendo punti di vendita da 2.500 mq in su, e quindi abbracciando almeno 3-4 format leader o coleader nella spesa degli italiani (mini-iper, supermercato di attrazione, superstore e ipermercato). Quanto ai centri commerciali, secondo alcuni gioverebbe una classificazione dei centri commerciali con un possibile rating. Le pochissime società che prevedono questa classificazione (come Reno) elaborano un rating su criteri estrinseci come l'attrazione, cioè i visitatori annui. Ma per un investitore (potenziale) è sufficiente?

In questa pubblicazione troverete, come di consueto, gli ipermercati (Nielsen), i centri commerciali, i retail park e i Factory Outlet Centre (Sincron-Inova). In Italia gli ipermercati sono 884 per un totale di 4.217.207 mq, quasi il 37% della superficie totale iper+super del campione GNLC Nielsen che ammonta a 11.419.915 mq per complessivi 9.027 punti di vendita, 6.980 dei quali sono compresi nella fasce 400-799 mq (4.396) e 800-1.499 mq (2.584).

Gli ipermercati si dividono in
> 5.000 mq (306 unità)
< 5.000 mq, ossia da 2.500 a 4.999 mq (578 unità).

Questi 884 punti di vendita fanno capo a 8 soggetti (si veda pag. 10) fra centrali di 1° livello (Coop+Sigma, Esd Italia, ecc.), o imprese singole come Esselunga e Bennet. A questi 8 gruppi fanno capo 20.121 punti di vendita. Per fatturato Lcc l'aggregato "altri" (6.631 punti di vendita che includono Eurospin, Lidl Italia, Rewe, i negozi indipendenti, le catene indipendenti, Gruppo Tuo e Briò) rappresenta con 10,4 miliardi di euro in assoluto il primo interlocutore di mercato, seguito da Esd Italia (10,265 miliardi), Coop+Sigma (9,120 miliardi) e Conad+Finiper (8,4 miliardi). Questa tabella la trovate nella Mappa pieghevole, non in questo libretto.

Sempre in termini di fatturato Lcc Nielsen, Eurospin e Lidl hanno un giro d'affari aggregato (5,8 miliardi) superiore a Esselunga (5,217 miliardi).

Sincron Inova censisce complessivamente 1.189 centri commerciali (+11 rispetto all'edizione 2016) per totali 36.929 punti di vendita (+762), cui si aggiungono 252 parchi commerciali per complessivi 3.417.537 mq e 2.239 pdv, Stabili i Factory Outlet Centre che rimangono 29 aumentando di Gla 698.999 mq e 3.042 punti di vendita (30 in più rispetto alla precedente edizione: nel 2016 erano +151 rispetto al 2015).

Il 63,4% dei 1.189 centri commerciali Sincron Inova si trova in 6 regioni italiane: Lombardia (234), Emilia Romagna (129), Piemonte (113), Veneto (104), Lazio (90) e Toscana (85). Le città italiane con più centri commerciali sono: Roma (61) Milano (57), Torino (50), e Brescia (47), città che insieme concentrano 215 centri, quasi quanti quelli di Veneto e Piemonte messi insieme.

Sommario

- 2 Gli ipermercati inferiori a 5.000 mq
- 6 Gli ipermercati superiori a 5.000 mq
- 9 Gli ipermercati per Regioni, Prov. e Comuni
- 10 Le centrali d'acquisto
- 12 I centri commerciali
- 30 I parchi commerciali
- 31 I factory outlet centre
- 32 Quadro delle centrali e dei principali gruppi distributivi grocery

MARK UP MAP

Direttore Responsabile:
Cristina Lazzati