

Al via 52 progetti di shopping center

Cresce in Italia l'industria degli shopping center: entro il 2023 saranno 1.204

Nuovi progetti in lenta crescita oltre a una serie di iniziative di trasformazione e rinnovamento. Si evolve così l'industria dei shopping center in Italia. «Entro il 2023 verranno realizzati 16 nuovi centri commerciali e 22 retail park (poli dello shopping con punti vendita specializzati di medio grandi dimensioni con servizi comuni oltre a fast food, ristoranti e cinema ndr) oltre a 14 ampliamenti e quest'anno non ci sono state chiusure» spiega Gian Enrico Buso, partner e managing director di Reno, in occasione del 7 Retail Real Estate Italia di [Confimprese](#).

Al via dunque 52 progetti che tra quattro anni porteranno a 1.204 il numero degli shopping center sparsi lungo la Penisola. Negli ultimi tempi le nuove operazioni, quest'anno sono stati inaugurati sette centri commerciali di fascia media, sono focalizzate soprattutto nel Mezzogiorno mentre nel Nord il focus delle proprietà è sul rinnovamento degli spazi commerciali. «Molto spesso si tratta di piccoli centri in cui l'ipermercato di una grande catena cede il passo all'insegna di un operatore locale mentre le medie superfici si aprono su strada - continua Buso -. Le proprietà lavorano molto sul concetto di esperienza, con la realizzazione di eventi che attirano il pubblico e mantengono alti i flussi dei visitatori». Indubbiamente la maggior parte di centri commerciali è di fascia media, tecnicamente è classificato BB,

B e C e risente del peso degli anni. Sui BB si concentrano le operazioni di re-vamping e altri pacchetti di contromisure a supporto delle vendite.

Sembrano invece inossidabili i 14 centri AAA (+2) perché riescono a mixare lo shopping con l'intrattenimento, spesso offrendo aree di gioco per i bambini più piccoli, e la ristorazione fast food e non. Nell'offerta tradizionale tra pizza e piadina vince la seconda ma cresce l'offerta etnica come la messicana Calavera, l'immancabile sushi e le steakhouse. Insomma, nonostante il clima economico, piace l'idea di pranzare e cenare al centro commerciale. «L'indice di fiducia delle famiglie è bassissimo - ricorda [Francesco Montuolo](#), executive vice president di [Confimprese](#) -. Il Paese invecchia, soffre per il calo demografico e il problema è capire chi e quanti saranno i consumatori di domani». Clienti che forse affolleranno un factory outlet: quelli attivi, secondo i dati Monitora by Urbistat, sono 33. Per 5 di loro sono previsti piani di ampliamento ed entro il 2021 ne verranno realizzati ex novo altri tre. I preferiti dai clienti sono quelli di Serravalle Scrivia, Sicilia Outlet, Noventa di Piave, La reggia di Marcianise, Castel Romano e Barberino del Mugello.

Le vie dello shopping, a dirlo i dati TcGroup, continuano a resistere ma con una certa fatica. A Roma e Milano nei primi sei mesi dell'anno è calato il flusso pedonale ma il numero dei visitatori giornalieri cresce a due cifre mentre il rapporto tra chi entra in negozio e chi compra si attesta al 15% con un leggero miglioramento rispetto lo stesso periodo dell'anno precedente.

—E.N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

52

Progetti

Entro il 2023, secondo Reno, verranno realizzati 52 nuovi progetti: 16 saranno centri commerciali e 22 retail park mentre gli ampliamenti realizzati saranno 14

1.204

Il nuovo saldo

Grazie ai nuovi progetti, entro quattro anni saranno 1.004 gli shopping center attivi in Italia. Le operazioni più recenti sono focalizzate nel Mezzogiorno

33

Factory outlet

Negli ultimi 20 anni sono stati costruiti 33 factory outlet, secondo i dati Monitora by Urbistat

