

Link: <https://www.mark-up.it/confimprese-presenta-le-tendenze-nel-retail-real-estate/>

**MARK UP**

MARKETING  
& CONSUMI

PROTAGONISTI

QUADERNI

REAL ESTATE  
& FRANCHISING

PHARMALAB

DIGITAL  
MANAGER  
CLUB



NEWS | I PIÙ VISTI | LE OPINIONI | EVENTI | MAPPA DELLA DISTRIBUZIONE | VIDEO | PODCAST

ACCEDI / REGISTRATI



FACEBOOK



RSS



TWITTER



YOUTUBE

Home > News > [Confimprese](#) presenta le tendenze nel [retail](#) real estate

## [Confimprese](#) presenta le tendenze nel [retail](#) real estate

Roberto Pacifico 11 Ottobre 2019



Abbonati a  
**MARK UP**

Edicola web

Iscriviti alla newsletter

Twitter

Tweets by @Mark\_Up\_

Facebook

Mark Up



Francesco Montuolo, executive vice president di [Confimprese](#)

**DIGITAL  
MANAGER**  
CLUB

Sei un digital manager? La tua impresa è impegnata nella Digital Transformation?

Gli aggiornamenti sulle ultime innovazioni e trend, per gestire la trasformazione culturale in azienda e identificare nuove opportunità di business

SCOPRI IL DIGITAL MANAGER  
CLUB

L'annuale ricerca realizzata da Reno Your [Retail](#) Partners per [Confimprese](#) sull'andamento dei centri commerciali in Italia evidenzia un settore giunto a maturazione, in cui le nuove aperture si stabiliscono su valori più bassi di rating

rispetto agli anni precedenti. Sorprese anche sul fronte delle high street cittadine...

Il 7° retail real estate di **Confimprese** tenutosi a Milano, all'Ibm Studios in Porta Nuova, a due passi da Piazza Gae Aulenti, ha avuto come piatti forti, oltre la classica e utilissima ricerca **Reno sui centri commerciali** (pipeline, rating e tendenze), un focus sui passaggi nelle vie urbane dello shopping e sul cpc (costo potenziale cliente) calcolato come rapporto tra passaggi medi e canone di locazione (media mercato), presentato dalla società catalana **TCuento** che in Italia ha 300 sensori per rilevazione dei passaggi. Su quest'ultimo studio (molto interessante) ritorneremo più avanti e in una sede più specifica perché andrebbe affinato con alcune considerazioni aggiuntive, come ha precisato **Mario Maiocchi**, consigliere delegato **Confimprese**, soprattutto sulla capacità di spesa della media pedonale di determinate vie.

Vorrei, però, esordire con alcune slide presentate da **Francesco Montuolo**, executive vice president di **Confimprese**, sulla decrescita demografica italiana (e a ottobre 2019 è partito il nuovo censimento) e sull'indice di fiducia del nostro paese, il più basso (69) fra i 5 grandi paesi europei (Germania 103; Uk 90; Spagna 85; Francia 81). **Il calo di fiducia è un dato ancora più preoccupante** per gli imprenditori **Confimprese** (negozi e ristorazione) che traggono alimento proprio dai consumi: "l'Italia è un paese notoriamente votato al risparmio -commenta Montuolo- e quando il sentiment è negativo gli italiani stringono ancora di più i cordoni della borsa".



**SCENARIO RETAIL REAL ESTATE**

L'analisi dello scenario **retail** real estate italiano registra un aumento delle grandi strutture commerciali (cc+retail park+foc) che passano da **1.158 a 1.185**, con incremento maggiore per i **retail park** che raggiungono quota 197. **Il numero dei centri commerciali sale da 948 a 955** e le nuove aperture, concentrate soprattutto nel centro e nel sud Italia, sono relative a strutture con un rating medio-basso.



Aperti al 30/9/2019	Aperture 12 m	Chiusure 12 m	Aperti al 30/9/2019	SALARIO CENTER	BB	Roma	36.000
				MAREGGROSSO SHOPPING CENTRE	BB	Messina	13.180
				LENDI	C	Sant'Arpino	4.000

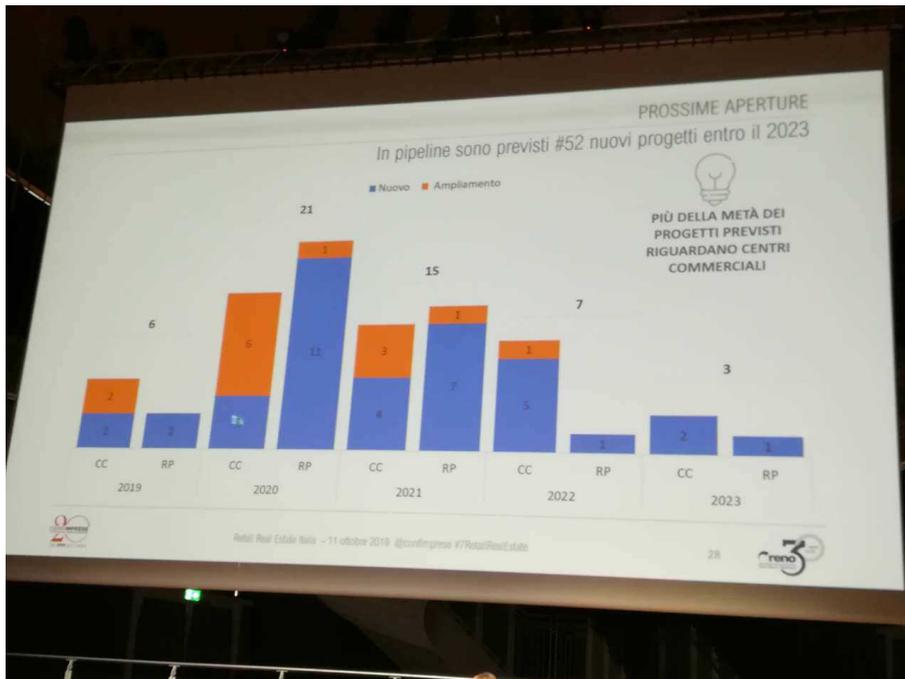
Retail Real Estate Italia - 11 ottobre 2019 @condimpresa #RetailRealEstate

21

Lo studio **Reno** sull'andamento dei centri commerciali evidenzia due macro tendenze: la prima relativa ai centri commerciali *ricondizionati*, piccoli centri in cui l'ancora alimentare nazionale cede il posto a operatori locali e/o le medie superfici ampliano e aprono su strada. La seconda tendenza è legata al concetto di *experience*, che per molte strutture commerciali significa realizzare e promuovere eventi capaci di attirare pubblico e mantenere alti i livelli di traffico.

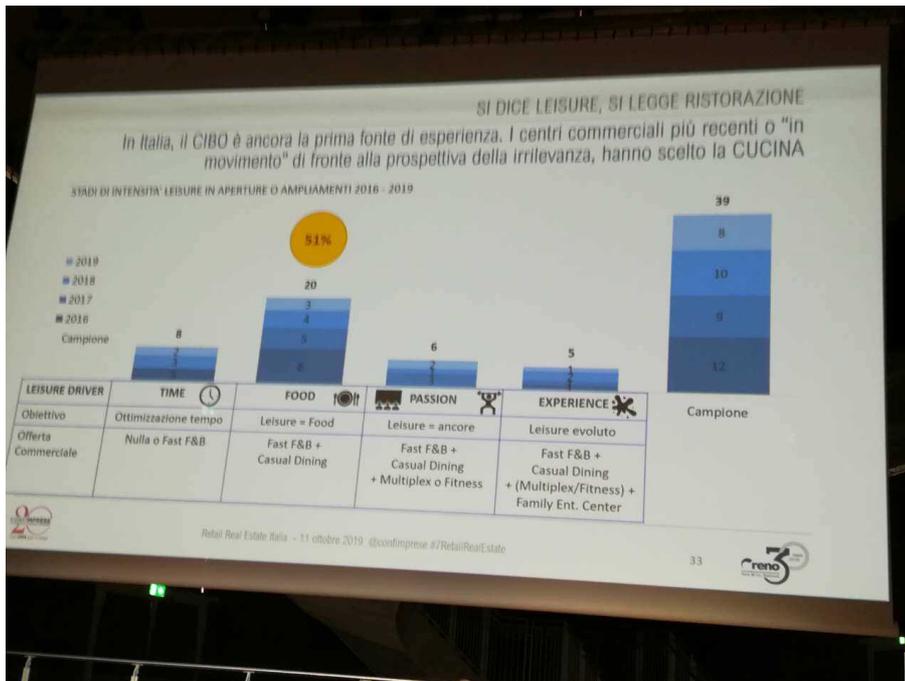
Nel 2019, con la promozione all'eccellenza di *CityLife Shopping District* e *Porte di Catania*, i centri commerciali con rating AAA sono saliti a 14, mentre le strutture che vedono una maggiore revisione sono quelle con rating BB: chi si reinventa viene promosso, mentre chi non può cambiare viene declassato. Il livello degli affitti sale soprattutto nelle strutture con un rating alto con un aumento medio del 3,6% sia perché il numero di vacancy diminuisce, sia perché l'interesse da parte dei brand si mantiene elevato per questa tipologia di centri commerciali. Nelle strutture commerciali con rating basso, il vacancy rate rimane elevato, mentre i lievi aumenti dei canoni di affitto sono fisiologici.

In pipeline entro il 2023 sono previsti 52 nuovi progetti, di cui 28 interesseranno i centri commerciali: 16 nuove strutture e 12 ampliamenti. Il secondo canale in sviluppo è quello dei **retail park** con 22 nuove strutture e 2 ampliamenti.



Centri commerciali: prossime aperture

"Negli ultimi anni si è sentito parlare molto di entertainment e leisure –racconta **Gian Enrico Buso**, partner e managing director **Reno** –. Abbiamo analizzato un campione di 39 strutture commerciali, che negli ultimi tre anni hanno aperto o sono state oggetto di riapertura o ampliamento, per capire quali sono state le azioni messe in campo nel **retail** real estate italiano e per verificare quanto le tendenze internazionali abbiano trovato una reale applicazione o siano ancora solo una forte aspirazione. Possiamo affermare che il processo di sviluppo del leisure è stato avviato, l'entertainment nelle sue varie forme copre l'80% dei centri commerciali più recenti, ma è più corretto parlare di food leisure, in quanto il comparto food & beverage si conferma il driver principale per la maggior parte dei centri commerciali e il primo portatore di esperienza nel settore **retail** real estate. Risulta ancora difficile trarre conclusioni sui casi più innovativi, perché gli esempi non sono molti, ma è inevitabile che il leisure sia una tendenza inarrestabile aspirazionale e se ben pianificato potrà diventare il protagonista nei processi di evoluzione delle strutture commerciali".



### Factory outlet: siamo i primi in Europa

Sembra incredibile, ma è così. Con 694.530 mq di Gla, l'Italia è al primo posto nella graduatoria di Foc/Fov in Europa, davanti al Regno Unito (685.330 mq) e alla Francia (422.685 mq), che pure sono storicamente le patrie dei Foc.

Nel 1999 queste destinazioni commerciali non esistevano in Italia. Oggi sono 33 di cui 12 nel nord-ovest, 8 a nord-est, 7 in centro Italia, 4 al Sud e 2 nelle isole. Il primo ha aperto nel 2000 a Serravalle Scrivia con McArthurGlen, il marchio leader in Europa. Buone le previsioni per il prossimo biennio 2020-2021 con una pipeline di 3 nuove aperture a San Marino (*The Market Outlet Experience*), a Sant'Oreste (*Roma Outlet Village*) e a San Pellegrino Terme a Bergamo (*San Pellegrino Outlet Village*).

A tracciare l'identikit degli outlet in Italia è lo studio di **Monitora by UrbiStat**, che evidenzia anche 5 nuovi ampliamenti per lo stesso periodo, *Palmanova, La Reggia, Valmontone, Serravalle, Roma Outlet*.



"Sempre più utenti utilizzano *Google my business* per esprimere il proprio gradimento sulla shopping

experience negli outlet -ha aggiunto **Elisa Rocchi**, marketing & business advisor Monitora by Urbistat- da gennaio 2012 a settembre 2019 sono stati registrati 187.000 commenti, quasi 8.000 al mese, di cui il 44% postato il sabato dal 60% di uomini e dal 40% di donne. L'80% dei visitatori è soddisfatto e premia, nell'ordine, *Serravalle Scrivia, Sicilia Outlet, Noventa di Piave, La Reggia di Marcanise, Castel Romano a Roma, Barberino del Mugello*".

COUNTRY	CITY	STREET	PEDESTRIANS/ DAY*	eur/sqm/year	Costo per Potenziale Cliente (CPC)*
			* annual daily average (24h)		* in euro cents/ based on 80 sqm
ITALY	NAPOLI	VIA TOLEDO	11.623	1.600	3,02
ITALY	BOLOGNA	VIA INDIPENDENZA	11.311	2.200	4,26
ITALY	MILANO	VIA TORINO	10.925	1.950	3,91
ITALY	MILANO	CORSO BUENOS AIRES	10.148	2.600	5,62
ITALY	ROMA	VIA DEL CORSO	9.619	4.800	10,94
ITALY	TORINO	VIA GIUSEPPE GARIBALDI	7.918	750	2,08
ITALY	ROMA	VIA DEL BABUINO	7.719	4.200	11,93
ITALY	GENOVA	VIA SESTRI	7.698	650	1,85
ITALY	MILANO	VIA DANTE	7.342	3.050	9,10
ITALY	TORINO	VIA ROMA	7.244	2.000	6,05
ITALY	MILANO	VIA MONTENAPOLEONE	5.563	13.500	53,19
ITALY	ROMA	VIALE LIBIA	5.448	1.056	4,25
ITALY	FLORENCE	VIA POR SANTA MARIA	4.630	1.150	5,44
ITALY	MILANO	CORSO VENEZIA	4.299	5.528	28,19
ITALY	MILANO	VIA SANT'ANDREA	2.275	5.700	54,91

**Quanto alle main high street**, lo studio condotto da **TCGroup** (la cui sintesi è stata presentata dall'aquilana **Lavinia Di Sano**, international development executive & marketing specialist) evidenzia innanzitutto una flessione del traffico pedonale giornaliero riferito al 1° semestre 2019 nelle due principali città italiane, Roma e Milano, in calo del 14% nella capitale e del 5% a Milano. Ma questo è l'unico dato negativo cui fanno da contraltare sia il numero di visitatori giornalieri aumentato rispettivamente del 15% e 18%, sia il tasso di conversione (il delta tra chi entra in negozio e chi effettivamente acquista) pari al 15%, una percentuale che, sia pure ritenuta bassa dai retailer, guadagna qualche punto sullo stesso periodo del 2018. Il giorno con il maggiore tasso di affluenza si conferma il sabato con una media di 9.186 persone nella romana via del Babuino e 8.642 in corso Buenos Aires a Milano che, tra l'altro con 350 punti vendita e 1,6 km metri di lunghezza, è una delle passeggiate commerciali più lunghe d'Europa. Giorno peggiore per numero di pedoni è il lunedì.

Nel ranking delle strade italiane più transitate curiosamente corso Buenos Aires si piazza solo in 4° posizione con poco più di 10.000 di visitatori giornalieri dietro all'altra milanese via Torino con quasi 11.000 (3° posizione). In prima posizione troviamo la centralissima via Toledo di Napoli (11.6), seguita da via Indipendenza a Bologna (11.311). Via del Babuino è in 7° posizione (7.779).

Nella top 10, infine, delle strade più care al mondo compaiono tre italiane, tutte milanesi: prima e seconda sono via Montenapoleone (13.500€/mq/annui) e via Sant'Andrea (5.700€/mq/annui), seguite da Corso Venezia (5.528€/mq/annui) in quarta posizione.

MI piace 1

Articolo precedente

I trend 2019 del cibo a domicilio in Italia:  
studenti i più salutisti