

Link: https://www.ansa.it/sito/notizie/postit/Confimprese/2022/11/08/centri-commerciali-consumatori-mordi-e-fuggi-mercato-maturo_fc58-87fa-bf5bd50963f7.html

EDIZIONI > Mediterraneo | Europa-Ue | NuovaEuropa | America Latina | Brasil | English | Podcast | ANSAcheck | Social:

ANSA.it ANSA.com

Fai la ricerca | Vai alla Borsa | Vai al Meteo

Cronaca | Politica | Economia | Regioni + | Mondo | Cultura | Tecnologia | Sport | **FOTO** | **VIDEO** | **Tutte le sezioni +**

SPECIALI | Ambiente • ANSA2030 • ANSA ViaggiArt • Eccellenze • Industry 4.0 • Legalità • Lifestyle • Mare • Motori • PNRR • Salute • Scienza • Terra&Gusto

ANSA.it > Confimprese > **Centri commerciali: consumatori 'mordi e fuggi', mercato maturo**

ANSACOM

In collaborazione con:

CONFIMPRESE

Centri commerciali: consumatori 'mordi e fuggi', mercato maturo

Confimprese, aumentano spazi vuoti; potenziare attrattività

MILANO 08 novembre 2022 17:48 ANSACOM



Il presidente di Confimprese Mario Resca in occasione del 10° Retail & Real Estate © ANSA

CORRELATI

- Commercio: Montagner (Edizione Property), grandi brand investono**
Ad, ripresa tangibile nelle vie dello shopping
- Commercio: Baldan, bene nelle grandi stazioni italiane**
Grandi Stazioni Retail, recupero flussi del 2019
- Commercio: Confimprese, caro-affitti insostenibile per negozi**
Resca, congelare aumento canoni 2022-2023
- Commercio: Cncc, su caro-affitti valutare caso per caso**
Zoja, c'è la volontà di trovare un accordo

Scrivi alla redazione | Stampa

Gli italiani tornano a frequentare i centri commerciali di grandi dimensioni, ma sono sempre di più consumatori 'mordi e fuggi' e non sono ancora stati raggiunti i livelli pre-pandemia. E' quanto emerge dall'Osservatorio Retail real estate promosso da Confimprese e realizzata da Reno Your Retail Partners sull'andamento dei centri commerciali in Italia.

Questo è "un mercato maturo che ha provato a svecchiarsi con poco successo e che deve trovare nuove formule per tornare attrattivo", viene messo in evidenza da Confimprese. Ad oggi nel paese si contano 991 centri commerciali, per un totale di 1.319 unità se si considerano anche retail park e factory outlet. Ma la permanenza dei consumatori all'interno delle strutture è sempre più breve (circa un'ora) e si riduce anche la distanza che il visitatore è disposto a percorrere per raggiungere il centro (22 minuti in media), complice l'aumento del costo del carburante e la mancanza di grandi driver shopping. Sui retailer pesa poi il costo degli spazi, che rispetto al 2019 sale nei centri commerciali premium fino a 1.450 euro l'anno per metro quadrato. E aumentano gli spazi vuoti rispetto al 2021, con un vacancy rate che arriva fino al 14% per i centri più piccoli, mentre, resta contenuto tra 4% e 6,9% nei centri più grandi.

Quanto all'attività di sviluppo, si va avanti, con 13 nuovi progetti in pipeline entro il 2025, di cui 10 nuove aperture e 3 ampliamenti di strutture già esistenti. La sfida è "potenziare l'attrattività", secondo l'associazione. I dati del terzo trimestre 2022 mostrano infatti come il 77% delle visite sia di clienti abituali e solo il restante 23% sia generato da nuovi visitatori e soprattutto tale tendenza è in continua crescita. "Mancano, quindi, argomenti forti capaci

di potenziare l'attrattività del centro commerciale".

L'analisi, elaborata da Reno tramite la tecnologia di geodata intelligence di PlaceSense, considera anche i passaggi nei centri commerciali ad agosto 2022 ed evidenzia come le strutture del Nord-est spiccano per recupero dei passaggi (15%) rispetto a quelle del Sud, più statiche (6%). Secondo l'analisi, le strutture di grandi dimensioni, che avevano sofferto maggiormente le restrizioni dovute alla pandemia, stanno recuperando il traffico perso, mentre le visite nei centri di rilievo locale rimangono sostanzialmente invariate.

In collaborazione con:

[Confimprese](#)

CONDIVIDI



AGENZIA ANSA - periodicità quotidiana - Iscrizione al Registro della Stampa presso il Tribunale di Roma n. 212/1948
P.I. IT00876481003 - © Copyright ANSA - Tutti i diritti riservati

ANSAit

Scegli edizioni

HOME

- Ultima Ora
- Cronaca
- Politica
- Economia
- Mondo
- Cultura
- Cinema
- Tecnologia
- Sport
- Calcio
- FOTO
- VIDEO
- PODCAST
- Magazine
- Speciali
- Meteo

ECONOMIA

- Borsa
- Industry 4.0
- Professioni
- Real Estate
- PMI
- Ambiente & Energia
- Motori
- Mare
- Aziende ed Emergenza Covid19

REGIONI

- Abruzzo
- Basilicata
- Calabria
- Campania
- Emilia Romagna
- Friuli Venezia Giulia
- Lazio
- Liguria
- Lombardia
- Marche
- Molise
- Piemonte
- Puglia
- Sardegna
- Sicilia
- Toscana
- Trentino-Alto Adige/Suedtirolo
- Umbria
- Valle d'Aosta
- Veneto

MONDO

- Europa
- Nord America
- America Latina
- Africa
- Medio Oriente
- Asia
- Oceania
- Europa-Ue

CULTURA

- Cinema
- Moda
- Teatro
- TV
- Musica
- Libri
- Arte
- Un Libro al giorno
- Un Film al giorno

TECNOLOGIA

- Hi-Tech
- Internet & Social
- TLC
- Software&App
- Osservatorio Intelligenza Artificiale

SPORT

- Calcio
- Formula 1
- Moto
- Golf
- Basket
- Tennis
- Nuoto
- Vela
- Sport Vari

CANALI ANSA

2030
ANSA 2030

AE.
AMBIENTE & ENERGIA

IA.
OSSERVATORIO INTELLIGENZA ARTIFICIALE

MA.
MARE

ST.
SCIENZA & TECNICA

SB.
SALUTE & BENESSERE

AV.
ANSA VIAGGIART

M.
MOTORI

TG.
TERRA & GUSTO

LS.
LIFESTYLE

L.
LEGALITÀ & SCUOLA

4.0
INDUSTRY 4.0

EI.
ECCELLENZE ITALIANE

AP.
ANSA PNRR

ANSA CORPORATE

- ANSA
- ANSA NEL MONDO
- CONTATTACI

PRODOTTI PER UTENTI PROFESSIONALI

Informazione

Web e Mobile

Progetti Editoriali

Archivi

SERVIZI

- Newsletter
- RSS
- Cinema
- Codici Sconto

- Mobile
- Meteo
- Finanza
- Speciale Black Friday