



## **COMUNICATO STAMPA**

### **XI RETAIL REAL ESTATE ITALIA**

**Resca, Confimprese: «Centri commerciali resilienti: previste 13 aperture entro 2025. Al via tavolo di lavoro con CNCC per definizione linee guida condivise»**

*L'annuale ricerca promossa dall'Osservatorio Retail Real Estate e realizzata da Reno Your Retail partners in esclusiva per Confimprese sull'andamento dei centri commerciali in Italia evidenzia la maturità ma anche la resilienza del canale.*

**La pipeline 2024-2026 prevede 4 ampliamenti entro il 2025 e 13 nuove aperture.**  
*Bene il flusso di visitatori cresciuti del +5,8% vs 2022. In aumento il vacancy rate legato alle difficoltà del comparto abbigliamento.*

**Continua il dialogo di Confimprese con CNCC - Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali, che annunciano l'avvio di un tavolo di lavoro per la definizione delle linee guida nella gestione dei centri commerciali**

Milano, 21 novembre 2023 – L'analisi dello scenario Retail Real Estate italiano 2023 racconta un settore maturo: l'Osservatorio Reno elaborato in esclusiva per Confimprese registra 3 nuove aperture negli ultimi 12 mesi mobili – tra cui la recente apertura di Merlata Bloom - e la chiusura di 5 strutture di piccole dimensioni e di rilievo locale che versavano da tempo in condizioni di sofferenza. Il canale è, dunque, maturo, ma mostra segnali di vitalità: nonostante la copertura capillare, continuano le nuove aperture e i centri esistenti continuano ad investire per rinnovare la propria proposta commerciale.

«I centri commerciali sono canali di aggregazione – afferma **Mario Resca**, presidente **Confimprese** – e si devono evolvere con idee innovative per attirare un consumatore che, anche a causa della spinta inflattiva, acquista i beni di prima necessità e riduce le spese superflue. Il retail in Italia ha un fatturato di 445 miliardi di euro con 1 milione 290 mila imprese e circa 3,4 milioni di occupati, è un serbatoio occupazionale decisivo per il sistema Paese. È necessario che le forze dell'intera filiera siano unite per superare le asimmetrie competitive tra i player fisici e le piattaforme online».

**La pipeline di sviluppo conferma il trend degli ultimi anni:** ampliamenti di strutture esistenti e poche nuove aperture, alcune delle quali ancora in grado di ridefinire i paradigmi del settore. Tra le aperture previste tra il 2024 e il 2026, vi sono 2 centri confermati dal piano dello scorso anno, 6 nuovi progetti e 5 complessi già presenti nel piano, ma modificati nei tempi di realizzazione.



– A novembre 2023, i centri commerciali premium sono 75, ossia 5 in più rispetto all’anno scorso. Tale incremento deriva dall’upgrade di centri che hanno innovato e sono stati premiati in termini di flussi di traffico e dall’apertura recente del centro Merlata Bloom. I centri commerciali di rilievo provinciale sono 287 (-3 rispetto all’anno scorso) e i centri locali 630 (-1 rispetto all’anno scorso).

**Quanto ai flussi commerciali, visitatori dei centri commerciali,** sulla base dell’analisi Reno su un campione di 160 centri commerciali, crescono del +5,8% rispetto al 2022. Tale incremento conferma e sostiene il recupero di flussi del +9,9% già registrato lo scorso anno. Quest’anno la ricerca qualitativa Reno si è concentrata sull’analisi comparata dei flussi di traffico giornalieri e orari in centro commerciale e centro storico. La ricerca mira a sottolineare come l’analisi delle curve di traffico del contesto possa essere uno strumento di ottimizzazione delle performance commerciali dei retailer. L’analisi conferma naturalmente il picco di traffico nel week-end ed in particolare del sabato, ma evidenzia come tale fenomeno si stia ridimensionando a favore dei giorni feriali e di come meriti di essere analizzato caso per caso.

**Nel quadro dell’analisi dei flussi orari si è evidenziato come il pomeriggio, classico momento dedicato allo shopping, stia lasciando spazio ad altre occasioni di consumo quali la mattina o la pausa pranzo.** Nell’analisi vengono messi in evidenza i casi di alcuni centri commerciali che hanno costruito le proprie curve attraverso precise scelte strategiche e alcuni esempi della natura peculiare delle abitudini di consumo locali del tessuto urbano italiano.

**Le vacancy nei centri commerciali aumentano in tutti i rating tranne che nel AAA.** Tale aumento è da attribuirsi alle difficoltà del settore dell’abbigliamento che si stanno traducendo in una riconfigurazione delle superfici commerciali e a un riposizionamento commerciale dell’offerta nel comparto. Riteniamo che tale fenomeno sia congiunturale e che tornerà a normalizzarsi nei prossimi anni.

**Lato immobiliare la situazione presenta un leggero incremento rispetto al 2022,** frutto di due fenomeni contrapposti: da un lato, l’effetto inflattivo che naturalmente incrementa i valori e dall’altro la ricommercializzazione su tagli aumentati delle superfici lasciate libere dalle piccole unità dell’abbigliamento che invece tende a calmierare le richieste.

**Giunge a compimento anche l’avvio di un tavolo di lavoro +i** e puntando a raggiungere i circa 1300 centri commerciali presenti sul territorio nazionale.

«L’accordo con CNCC – prosegue Resca – apre un dialogo importante con le nostre imprese associate, per il proseguo di un legame sempre più solido con l’associazione nazionale dei centri commerciali, che ci permetterà di sostenere i retailer nello sviluppo della rete distributiva e nel sostegno ai consumi, che stanno vivendo una fase molto delicata. Ed è il primo passo verso una maggiore collaborazione tra retailer e proprietà immobiliari per il buon funzionamento dei centri».



Si tratta di un accordo di valore che riunisce l'intera catena del valore di chi crea, investe e sostiene i luoghi dello shopping.

«Siamo molto soddisfatti del lavoro avviato con Confimprese – incalza **Roberto Zoia**, presidente **CNCC** –, volto alla definizione di linee guida e best practice per la gestione nei centri commerciali. Questa iniziativa è particolarmente importante per il CNCC che riunisce in un unico organismo trasversale tutti gli stakeholders, tra cui proprietà, società di servizi e selezionati retailers, collegati all'Industria dei centri commerciali, costituendo l'unica realtà rappresentativa del settore. Per questo motivo, si impegna costantemente per contribuire a rendere più proficuo ed efficace il rapporto tra tenant e landlord, in ottica di una sempre maggiore condivisione e trasparenza, oltre che di costruttiva collaborazione».

*Contact:*

**Laura Galdabini**

**Ufficio Stampa Confimprese**

**Cell. 335.5212410**

**[l.galdabini@confimprese.it](mailto:l.galdabini@confimprese.it)**