

COMUNICATO STAMPA

CONTINUA IL TREND DI RECUPERO DEL FATTURATO DEI CENTRI COMMERCIALI ANCHE NEL MESE DI GIUGNO 2021

ANDAMENTO NEGATIVO DEL FATTURATO NEI PRIMI 6 MESI 2021, FORTEMENTE IMPATTATI DALLE CHIUSURE NEI FINE SETTIMANA

INGRESSI A LUGLIO IN NEGATIVO RISPETTO AL 2019 MA EVIDENTI SEGNI DI RIPRESA SUL 2020

Milano, 4 agosto 2021 – L'analisi elaborata dall'**Osservatorio del Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali – CNCC**, sulla base dei dati di un campione unico nel settore di riferimento composto da oltre 10.000 negozi presenti in più di 300 centri commerciali¹ diffusi su tutto il territorio nazionale, evidenzia in modo chiaro il **consolidamento del trend di miglioramento** già rilevato parzialmente a maggio grazie alla riapertura 7 giorni su 7 delle strutture.

Il mese di **giugno 2021**, infatti, pur presentando un fatturato ancora in flessione del -2,4% rispetto allo stesso mese del 2019, registra una crescita dello stesso del +15,2% rispetto a giugno 2020.

Dopo mesi di chiusure totali e parziali imposte alle strutture nel corso del 2021 per il contenimento della pandemia da Covid-19, giugno è stato il primo mese con una riapertura completa anche nei fine settimana, che ha permesso di ridurre ulteriormente il divario sul fatturato rispetto al 2019: si confermano in maggiore sofferenza la ristorazione (-22,8%) e le attività di servizi (-19,7%), seguite da cura della persona (-7,3%) e, in leggera flessione, l'elettronica (-1,6%), mentre incrementano sia beni per la casa (+7,8%), sia cultura, tempo libero, regali (+7,7%); si allinea, invece, al livello pre-pandemia l'abbigliamento (0,0%).

Se si raffronta poi giugno 2021 con lo stesso periodo del 2020, il fatturato di tutte le categorie merceologiche analizzate risulta in crescita, tranne l'elettronica di consumo in leggero calo (-4,9%): torna il segno positivo per la ristorazione con un importante miglioramento a +22,7%, l'abbigliamento a +24,9%, le attività di servizi a +23,1% e la cultura e tempo libero a +19,3%, mentre più contenuti sono gli incrementi per cura della persona (+8,3%) e beni per la casa (+2,6%).

I dati vengono letti dal CNCC come una conferma che il format del centro commerciale basato su un mix funzionale di shopping, servizi e intrattenimento, se opera in condizioni di fruizione abituali pur nel rispetto dei protocolli di sicurezza (in particolare, per la gestione degli accessi e degli afflussi), continua ad essere un **punto di riferimento per le**

¹ Circa il 40% del totale Italia in termini di GLA

persone che hanno dimostrato alti tassi di fidelizzazione e propensione all'acquisto in presenza.

Relativamente al dato cumulato dei **primi 6 mesi del 2021**, raffrontato allo stesso periodo del 2019, si conferma una significativa **flessione del fatturato pari a -29% su tutto il comparto**, ad esclusione dell'alimentare. Questo risultato conferma l'impatto pesantemente negativo subito dall'Industria dei centri commerciali a seguito delle numerose chiusure e limitazioni poste in essere fino al mese di maggio 2021 per contrastare l'emergenza sanitaria.

Nel dettaglio, emerge che l'elettronica di consumo è la categoria che, nel periodo in questione, ha registrato le minori perdite (-11%), seguita dai beni per la casa (-13,9%), cultura e tempo libero (-26,6%), cura della persona e salute (-29,4%), servizi (-29,8%), abbigliamento (-33,3%) e, infine, la ristorazione che con -52,4% realizza la peggiore performance.

Infine, per quanto riguarda gli **ingressi nel mese di luglio**, l'Osservatorio del CNCC ha analizzato i flussi di 169 centri commerciali, da cui emerge che rispetto allo stesso periodo del 2019 si assiste ancora ad una flessione del -20%, ma dal raffronto con il 2020 l'incremento è pari al +8,4%, dato positivo in cui oltre a rilevare una conferma sulla fiducia dei clienti va ricordato anche l'avvio dei saldi estivi.

Il Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali

Il Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali (CNCC) è un'Associazione che riunisce in un unico organismo trasversale tutti gli stakeholders, quali le proprietà, le società di servizi e selezionati retailers, collegati all'Industria dei centri commerciali, dei parchi commerciali e dei Factory Outlets, costituendo l'unica realtà rappresentativa del settore.

Sono 1.260 i poli commerciali presenti su il territorio nazionale che, con i loro 40.000 negozi (di cui 7.500 a gestione unifamiliare), registrano 2 miliardi di presenze annue. Particolarmente importante il volume d'affari totale dell'Industria dei Centri Commerciali che con i suoi 139,1 miliardi di euro (dato 2019) ha un'incidenza sul PIL italiano pari al 7,5% (dato 2019). Dal punto di vista occupazionale, nell'Industria sono occupati fra personale diretto, indiretto e indotto 780.000 persone (dato 2019).

Per ulteriori informazioni:

Image Building

Cristina Fossati, Anna Pirtali, Valentina Corsi

cncc@imagebuilding.it

+39 02 89011300