

COMUNICATO STAMPA

Osservatorio CNCC-EY consuntivo anno: le vendite nel 2023 confermano la crescita (+2,4%) rispetto al 2022 e il recupero rispetto al fatturato pre-covid del 2019 (+1%). Effetto traino della Ristorazione (+15,8%) e della Cura persona e Salute (+10,4%).

Un'ulteriore conferma del generale buon andamento dell'Industria emerge dai dati annuali per le affluenze, che rilevano per i 12 mesi 2023 un +6,8% rispetto al 2022.

Milano, 7 febbraio 2024 – Continua la collaborazione tra **CNCC ed EY**, per analizzare mensilmente i trend del settore basandosi sui dati di un panel rappresentativo, costante e omogeneo dei Centri Commerciali in Italia, offerto dall'Osservatorio CNCC, a cui partecipano 300 strutture, pari a circa 10 mila punti di vendita.

Analizzando i **dati di fatturato dei 12 mesi del 2023**, emerge chiaramente che il trend di ripresa dell'Industria dei centri commerciali, già rilevato nel 2022, si è consolidato ulteriormente con **un miglioramento del +2,4% rispetto all'anno precedente e superiore anche al fatturato 2019 (+1%)**. Questi risultati evidenziano un percorso di uscita dal periodo pandemico con segnali positivi per l'anno 2024.

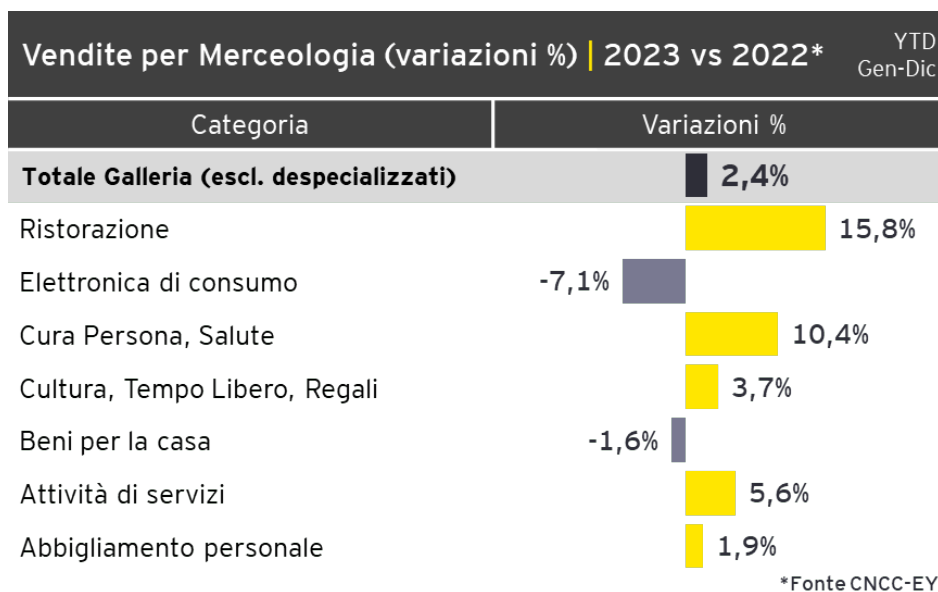
Alla dinamicità del trend dei fatturati si aggiungono i **miglioramenti costanti, mese su mese, dell'andamento degli ingressi rispetto al 2022**. Il totale 2023 si chiude, infatti, con **una crescita rispetto al 2022 (+6,8%)**, che riduce ulteriormente il gap verso il 2019 al -9,2%, e rende possibile prevedere un pieno recupero nel corso del 2024.

Roberto Zoia, presidente di CNCC, ha commentato: *“Con i dati dei fatturati del 2023 possiamo confermare che l'Industria dei centri commerciali ha superato la crisi legata alla pandemia, raggiungendo un risultato migliore rispetto al 2019, anno pre-Covid. Altro dato altrettanto interessante viene dal raffronto con il 2022, in cui il 2023 segna un ulteriore miglioramento, nonostante l'ultimo trimestre del 2022 avesse registrato dati eccezionali in cui la “voglia di ritorno allo shopping” era stata più evidente. In generale, nonostante si rilevino risultati diversi tra merceologie, il fatturato 2023 è sicuramente la conferma della validità e dell'apprezzamento da parte dei consumatori del modello centro commerciale. Per quanto riguarda le affluenze, il 2023 è contrassegnato sicuramente da un importante miglioramento, anche se rispetto al 2019 non è ancora stato raggiunto un totale recupero. Alcuni indicatori ci rendono comunque ottimisti per il 2024:*

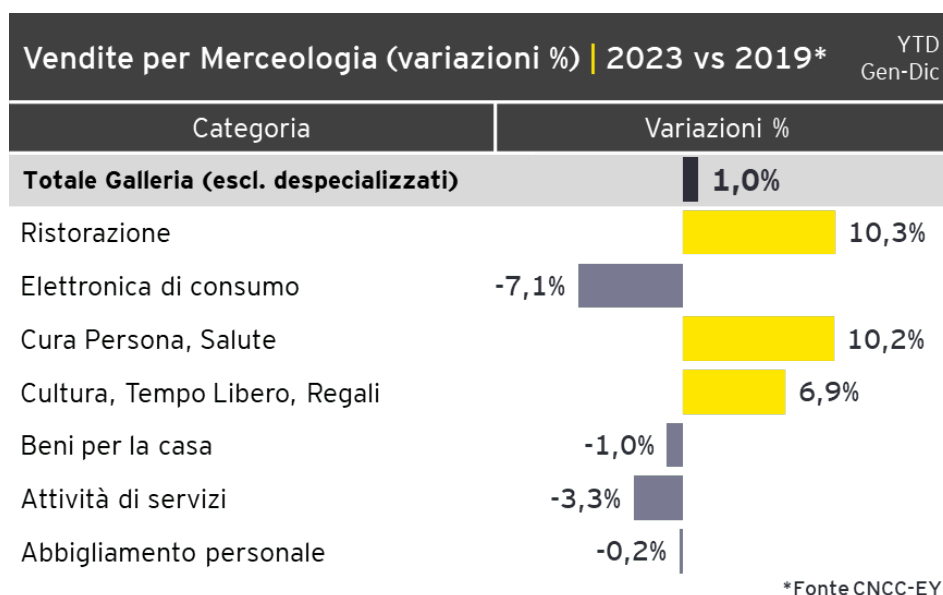
ad esempio, la ripresa degli ingressi nei cinema, così come la forte performance della ristorazione sono un segnale importante delle nuove tendenze dei visitatori dei centri che contribuiranno sicuramente a raggiungere la frequenza di fruizione di un tempo”.

Entrando più nel dettaglio, dal raffronto del fatturato annuo del 2023 con il 2022 risulta che tutte le categorie merceologiche riportano un andamento in crescita, ad esclusione dell'Elettronica di consumo che presenta una flessione del -7,1% e i Beni per la casa con un limitato -1,6%. A spingere la crescita è stata certamente l'accelerazione della Ristorazione (+15,8%) e della Cura Persona e Salute (+10,4%), oltre al contributo positivo dell'Attività di servizi (+5,6%), la Cultura e tempo libero (+3,7%) e l'Abbigliamento (+1,9%).

Marco Daviddi, Strategy & Transactions Managing Partner di EY in Italia commenta: *"I segnali incoraggianti sul trend delle vendite dei centri commerciali sono il risultato di una variazione delle abitudini di consumo degli italiani, alla quale i gestori dei centri hanno saputo rispondere, innovando e trasformando il loro prodotto. Nell'ultimo anno è significativa la forte crescita della ristorazione (+15,8%) e della cura della persona (+10,4%), segnale di un consumatore più legato al concetto di benessere, alla ricerca di momenti conviviali e di svago e che trova nel centro commerciale anche una gamma di servizi più ampia e strutturata”.*

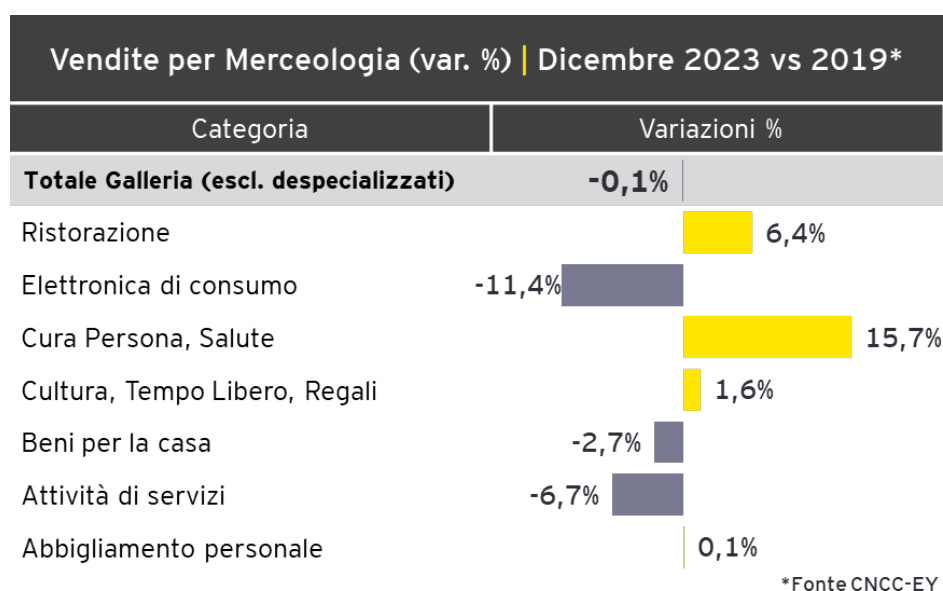
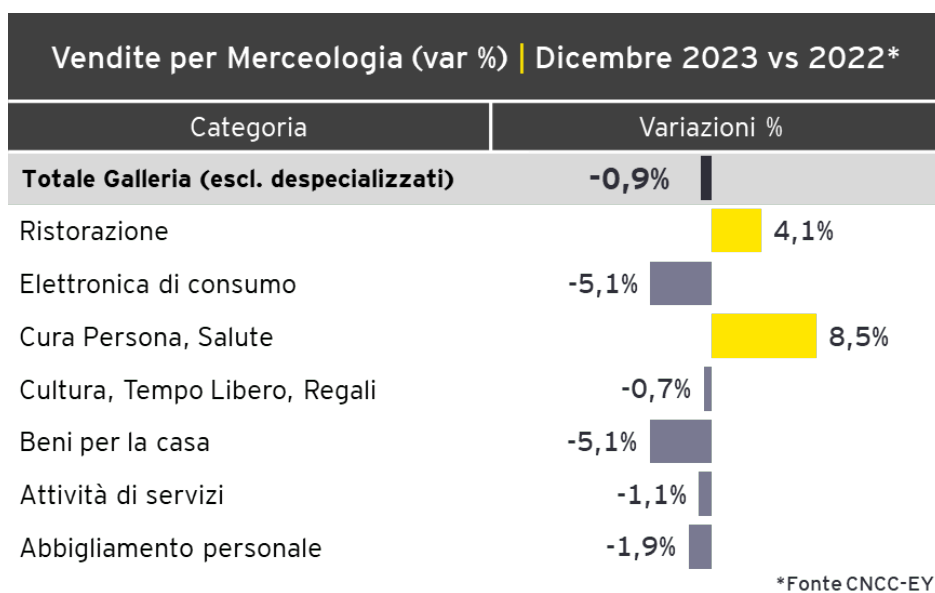


Se si confrontano, invece, i fatturati degli anni 2023 e 2019, le categorie merceologiche con andamento positivo sono la Ristorazione (+10,3%), Cura Persona, Salute (+10,2%) e Cultura e Tempo Libero (+6,9%). Mentre si rilevano gli stessi fatturati per l'Abbigliamento (-0,2%) e i Beni per la casa (-1%), si registrano flessioni per l'Elettronica di consumo (-7,1%) e l'Attività di servizi (-3,3%).



Infine, a dicembre 2023, tra i mesi più importanti per l'Industria grazie allo shopping natalizio, l'Osservatorio CNCC registra un -0,9% alla voce fatturati, rispetto al 2022: questo risultato viene letto come un bilancio positivo, considerando che dicembre 2022 aveva registrato ottime performance e che il dato del 2023 raggiunge gli stessi valori del mese di dicembre 2019 pre-pandemia (-0,1%). Inoltre, il dato fornito dal monitoraggio degli ingressi mostra un +2% rispetto al 2022, mentre resta ancora in negativo (-10,5%) rispetto al 2019.

Per quanto riguarda le categorie merceologiche, particolarmente positivo il dato che emerge per la Ristorazione che, già in recupero dall'anno scorso, registra nell'ultimo mese un incremento del 4,1% rispetto a dicembre 2022 e un +6,4% rispetto a dicembre 2019. Confermato anche il dato della Cura persona e Salute, a dicembre 2023 in crescita dell'8,5% rispetto al 2022 e del 15,7% rispetto al 2019, mentre Cultura e Tempo libero ha un trend di stabilità (-0,7% vs dicembre 2022 ma +1,6% vs il 2019). Tra i comparti in calo in dicembre si registra l'Elettronica di consumo (-5,1% rispetto al 2022 e -11,4% rispetto al 2019) e i Beni per la casa (-5,1% rispetto al 2022 e -2,7% rispetto al 2019). Infine, l'abbigliamento che presenta un trend in chiaroscuro (-1,9% vs dicembre 2022 ma +0,1% vs 2019) e le Attività di servizi che registrano un -1,1% rispetto al dicembre 2022 e un -6,7% rispetto al 2019.



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 1.274 i poli commerciali presenti sul territorio nazionale che, con i loro 40.700 negozi, registrano 1,9 miliardi di presenze annue. Particolarmente importante il volume d'affari totale dell'Industria dei Centri Commerciali che con i suoi 171 miliardi di euro (dato 2022) ha un'incidenza sul PIL italiano pari al 4,6% (dato 2022). Dal punto di vista occupazionale, nell'Industria sono occupati fra personale diretto, indiretto e indotto 748.000 persone (dato 2022).

Ufficio Stampa CNCC

Image Building

Cristina Fossati, Anna Pirtali cncc@imagebuilding.it

+39 02 89011300

**

EY esiste per costruire un mondo del lavoro migliore, aiutare a creare valore nel lungo termine per i clienti, le persone e la società, e costruire fiducia nei mercati finanziari. Supportati dall'uso di dati e tecnologia, i team di EY in oltre 150 Paesi creano fiducia attraverso servizi di revisione e aiutano i clienti a crescere, trasformarsi e portare avanti il business. Operando nel campo della revisione, consulenza, assistenza fiscale e legale, strategia e transaction i professionisti di EY si pongono le migliori domande per trovare risposte innovative alle complesse sfide che il mondo si trova oggi ad affrontare. "EY" indica l'organizzazione globale di cui fanno parte le Member Firm di Ernst & Young Global Limited, ciascuna delle quali è un'entità legale autonoma. Ernst & Young Global Limited, una "Private Company Limited by Guarantee" di diritto inglese, non presta servizi ai clienti. Maggiori informazioni su raccolta e utilizzo dei dati da parte di EY e sui diritti individuali che ricadono sotto la legislazione sulla protezione dei dati sono disponibili su ey.com/IT/privacy. Le Member Firm di EY non prestano servizi legali dove non è consentito dalle normative locali. Per maggiori informazioni sulla nostra organizzazione visita ey.com.

Ufficio Stampa EY

Angela Lombardi - cell. 334 6694245 - E-mail: Angela.Lombardi@it.ey.com
Giulia Makaus - cell. 347 8205317 – E-mail: giulia.makaus@it.ey.com