

# PRESS RELEASE

## ITALY: IS A RETAIL UPTURN POSSIBLE?

**Numerosi progetti in pipeline, un mercato ancora frammentato e un profilo unico del consumatore rendono l'Italia ancora appetibile, sia per gli operatori internazionali che nazionali.**

**Milano, 9 Novembre 2011** – Sarà presentata al Mapic 2011 il prossimo **giovedì 17 novembre, con inizio alle ore 15.00 presso la sala “Agora”**, la nuova ricerca condotta da CBRE Italia dal titolo **“Italy: is a retail upturn possible?”**. In occasione del ruolo dell'Italia quale Paese d'onore per l'edizione 2011, CBRE ha voluto realizzare questo speciale report per aggiungere qualche tocco di colore al quadro plumbeo che descrive l'Italia in questi giorni. Il report intende offrire agli operatori, retailers ed investitori, uno strumento semplice che li aiuti a capire meglio il mercato italiano che, pur in un momento di estrema difficoltà, è ancora in grado di offrire buone opportunità di sviluppo nel settore retail.

*“Nonostante l'attenzione generale del mondo sia rivolta all'elevato livello di indebitamento dello stato italiano, il nostro Paese continua a mostrare fondamentali solidi, soprattutto le famiglie - afferma **Alessandro Mazzanti** – CEO di CBRE in Italia - “La nostra analisi, infatti, ha evidenziato come le famiglie italiane, che restano fra le più ricche e meno indebitate in Europa, continueranno ad offrire un bacino di consumatori costanti e solido, nonostante le notevoli differenze regionali in termini di spesa e di reddito procapite”.*

In Italia, la distribuzione moderna è ancora “giovane” in termini di stock e lo sviluppo di grandi e moderne strutture commerciali è iniziato di recente. Oggi la GLA disponibile è pari a circa 16 milioni di metri quadrati, quasi interamente costituita da centri commerciali e solo una piccola parte da retail park e FOC (Factory Outlet Centres). Le regioni del nord Italia sono quelle con la maggiore distribuzione di spazi retail. Nonostante ciò, mancano ancora centri commerciali regionali simili ai grandi centri europei.

Questo mette in evidenza come la rete distributiva italiana sia ancora estremamente frammentata. Infatti la grande distribuzione, considerando il solo settore non food, rappresenta solo il 38% del totale mentre i negozi tradizionali mostrano una penetrazione maggiore con il 47%. Alcuni retailer stanzieri hanno già colto questo ritardo come un'opportunità e brand come Eurospin, Lidl, H&M, Leroy Merlin e Ikea stanno pianificando di espandere ulteriormente la loro rete in Italia, creando una forte competizione con i marchi nazionali.

Nel triennio 2011-2013 saranno completati circa 762.000 mq di nuova GLA di centri commerciali (con superficie maggiore a 20.000 mq), attualmente in costruzione. A questi progetti si aggiungeranno ulteriori 800.000 mq di GLA di centri commerciali che sono attualmente in pianificazione il cui completamento è previsto nel triennio successivo (2012-2015). Solo per citare alcuni esempi, Ikea Villesse, Parma Urban District e Westfield Milan da soli aggiungeranno al mercato 350.000 mq di GLA di nuovi centri commerciali nei prossimi anni. Questa iniezione di nuovo stock dovrebbe colmare il gap nella dotazione di centri commerciali regionali tra Italia e resto dell'Europa.

*“La nuova offerta di centri attesa sul mercato nei prossimi anni, rappresenta una grande opportunità per tutti quei retailer che non si sono ancora affacciati al nostro Paese per mancanza di prodotto” – continua Alessandro Mazzanti - In questi ultimi anni, infatti, abbiamo registrato un forte interesse da parte dei retailer per progetti di medio/alto profilo. Ciò si è riflesso in un elevato tasso di occupazione per la maggior parte dei centri commerciali e anche quelli completati di recente o in completamento stanno registrando tassi di occupazione non inferiori al 90%. “*

Riguardo alle aree geografiche dove sono previsti i nuovi progetti di sviluppo, il centro e il sud Italia, una volta completati gli interventi, saranno in linea con il resto della Penisola; in particolare in Sicilia e in Campania esistono numerose opportunità che contribuiranno a ridurre il gap ad oggi esistente con le regioni del nord.

Il mercato italiano risulta essere sempre interessante per i retailer, sia locali che internazionali. Dopo un 2009 abbastanza debole e un 2010 che ha registrato un approccio cauto verso i nuovi sviluppi, la domanda è cresciuta nella prima metà del 2011. Alcuni retailer locali, in particolare, si mostrano molto attivi, nonostante il clima economico incerto. Il gruppo Coin, ad esempio, dopo aver acquisito i marchi UPIM e OVS, sta portando avanti un programma di nuove aperture sia in centri commerciali che in centri storici, creando nuovi format ad hoc per le posizioni in high street. Anche il gruppo Calzedonia, con i marchi Calzedonia, Tezenis e Intimissimi, è sempre protagonista del mercato con numerose aperture in previsione. A livello internazionale, marchi molto noti come Gap, Banana Republic, C&A, Takko, presenti in Italia da circa un paio di anni, stanno accelerando la loro crescita sul nostro territorio, selezionando progetti e nuove location.

*“Alcuni marchi internazionali già presenti in Italia da anni con i loro punti vendita hanno rafforzato la loro presenza” – conclude Alessandro Mazzanti- “Anche i risultati dell’indagine annuale “ How active are retailers in EMEA”, condotta da CBRE sui futuri piani di espansione dei retailer, confermano che l’Italia sarà uno dei principali mercati dove essere presenti anche nel 2012 per circa la metà dei brand intervistati. Ciò da fiducia al nostro mercato”*

- END -

**About CBRE Group, Inc.**

CBRE Group, Inc. (NYSE:CBG), a *Fortune* 500 and S&P 500 company headquartered in Los Angeles, is the world's largest commercial real estate services firm (in terms of 2010 revenue). The Company has approximately 31,000 employees (excluding affiliates), and serves real estate owners, investors and occupiers through more than 300 offices (excluding affiliates) worldwide. CBRE offers strategic advice and execution for property sales and leasing; corporate services; property, facilities and project management; mortgage banking; appraisal and valuation; development services; investment management; and research and consulting. Please visit our website at [www.cbre.com](http://www.cbre.com).