



*Comunicato stampa*

## **Osservatorio ADCC - Urbistat: estate in linea con il 2020. Forti aspettative sul Q4**

*La sesta indagine CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) condotta da Urbistat in partnership con l'Associazione Nazionale Direttori Centri Commerciali Italiani (ADCC Italia) evidenzia, per il mese di settembre 2021, incrementi significativi in termini di fatturato: +10% rispetto all'analogo periodo del 2020 in base a quanto dichiarato dalla maggioranza relativa del campione (45%). Di contro, per il 40% dei direttori l'affluenza è diminuita nell'ordine dell'11% e la ristorazione ha subito una flessione del 16%. Sull'intero trimestre, oltre la metà degli operatori (57%) giudica le performance in linea con le aspettative. E per il periodo ottobre-dicembre? La stragrande maggioranza degli intervistati scommette su una crescita del footfall (80% del campione) e del giro d'affari (76%).*

**Urbistat Srl**



Milano, 9 novembre 2021 - **Urbistat**, società leader nell'ambito del geomarketing per il settore Retail Real Estate, ha condotto la sesta indagine CAWI dell'osservatorio promosso dall'**Associazione Nazionale Direttori Centri Commerciali Italiani** (ADCC). Tale indagine ha come obiettivo principale la valutazione del sentiment dei direttori dei centri commerciali in merito alle affluenze e ai fatturati registrati nel periodo luglio-settembre 2021<sup>1</sup>, con particolare focus sul mese di settembre.

Il campione preso in esame è costituito da 58 centri commerciali presenti in 13 regioni italiane, a cui si sommano 3 retail park. Le regioni maggiormente rappresentate sono Lombardia (26%), Lazio (16%), Veneto (12%) e Piemonte (9%). La maggior parte dei centri (66%) è di media dimensione (dai 15.000 ai 40.000 mq di GLA) e il 69% registra un livello di occupancy (misurato in unità commerciali aperte) compreso tra il 90% e il 100%.

### **Lo scontrino medio elevato premia i fatturati**

Analizzando le vendite complessive dei tenant nel mese di settembre 2021, il 45% dei centri commerciali presi a riferimento ha prodotto fatturati superiori rispetto allo stesso mese del 2020, con un incremento medio pari al +10%. Di gran lunga inferiore è il cluster di centri (22%) che ha registrato un valore delle vendite inferiore, con una media del calo intorno al -9%.

---

<sup>1</sup> A partire dalla presente edizione, l'Osservatorio Urbistat-ADCC ha acquisito cadenza annuale.



Parallelamente, prendendo in esame il footfall, nel mese di settembre 2021 il 40% dei centri commerciali ha rilevato un numero di presenze inferiore rispetto allo stesso mese dello scorso anno nella misura del -11% circa. Il 36% dei centri ha registrato più o meno lo stesso numero di visite mentre il 24% dei direttori dichiara, invece, una crescita media di circa il +13%.

Per quanto riguarda la ristorazione nel mese di settembre, il 40% dei centri mostra un fatturato inferiore rispetto allo scorso anno (-16% circa), il 31% andamenti simili e il 29% vendite superiori. Nell'intero trimestre (luglio-settembre 2021), per la maggior parte dei direttori (57%) le performance in termini di presenze e fatturato sono state in linea con le aspettative, per il 26% inferiori e per il 17% superiori.

### **Lo sport tra i driver per la ripresa. Gli hub vaccinali premiano l'immagine dei centri**

Per affermare nuovamente / rafforzare il ruolo dei centri commerciali quali luoghi di acquisto e di aggregazione sociale, il 60% del campione suggerisce promozioni e sconti, il 43% servizi, il 38% attività di social engagement, il 28% sicurezza sanitaria e il 10% eventi. I centri commerciali gestiti dai 58 direttori, per aumentare l'affluenza, si stanno prevalentemente orientando verso eventi promozionali (72%), ma anche per bambini e ragazzi (28%) e culturali (28%).

Negli ultimi mesi l'Italia dello sport si è resa protagonista di numerosi successi a livello internazionale e la maggior parte dei direttori (76%) ritiene importante portare lo sport nei centri commerciali (palestre, eventi dedicati, etc.).



Infine, la maggior parte degli intervistati ritiene che gli hub vaccinali abbiano migliorato (43%) o non alterato (43%) l'idea che si ha del centro commerciale. Solamente per il 9% gli hub vaccinali hanno peggiorato l'idea del centro commerciale, mentre il 5% non sa rispondere.

### **Quali le aspettative per il breve termine?**

Per quanto riguarda le previsioni dei 58 direttori in merito a presenze e fatturato per il prossimo trimestre (ottobre-dicembre 2021), la maggior parte di essi è ottimista. L'80% prevede infatti un aumento delle visite e il 76% ipotizza anche un incremento del fatturato.

Di contro, tra i principali fattori che potrebbero mettere a rischio la ripresa dei centri commerciali, si annoverano: una nuova ondata di contagi (53% del campione), l'aumento generalizzato dei prezzi al consumo (43%) e la crescita dei canali di vendita on-line (31%).

### **Le dichiarazioni**

**Stefano Pessina, Presidente di ADCC**, dichiara: "Dopo più di un anno di lotta al virus, la campagna vaccinale sembra essere l'arma vincente e i dati della pandemia indicano un possibile lento ritorno alla normalità. Ciò si riflette sui dati delle nostre strutture e sull'ottimismo dei direttori, tant'è che

# UrbiStat



oltre il 70% di essi prevede un miglioramento di affluenze e vendite. È il momento di spingere sull’acceleratore. Serve, da un lato, non abbassare la guardia e mantenere sicure le nostre strutture; dall’altro offrire ai clienti quanta più normalità possibile, incrementando eventi e comunicazione. In che modo? Con che modalità? La discussione è aperta”.

**Francesco Terra, Director, Market Research & Consulting presso UrbiStat,** dichiara: “Come nel 2020 dopo il primo lockdown, così nel 2021 dopo le restrizioni che hanno caratterizzato i primi mesi dell’anno, il consumatore ha dimostrato grande interesse per lo shopping fisico. Di pari passo prosegue il trend di uno scontrino medio elevato e di un footfall in flessione rispetto al 2019. L’efficacia dei vaccini nell’arginare la pandemia nei prossimi mesi sarà determinante nell’alimentare una vera ripresa dei consumi in vista del Natale”.

\*\*\*

## Informazioni su UrbiStat

UrbiStat è una società di ricerche a forte vocazione informatica, nata nel 2012, con sede a Modena, uffici a Bologna e, da gennaio 2020, anche a Roma. I suoi servizi si rivolgono principalmente al comparto Retail Real Estate per tutto il territorio italiano e spaziano dai Sondaggi di opinione agli Studi di fattibilità fino ad arrivare al Geomarketing, settore in cui la società ha profuso gli sforzi maggiori. UrbiStat è impegnata a sviluppare i medesimi servizi in più di 35 paesi tra Europa e le Americhe in modo da allargare l’ambito territoriale di analisi

**UrbiStat Srl**

Via Mario Vellani Marchi 20 - 41124 Modena | P.IVA 03466110362  
www.urbistat.com E. info@urbistat.com T. +39 059 8395229 F. +39 059 8395230



e creare una piattaforma web che rappresenti, nel campo delle Ricerche di Mercato/Geomarketing, uno standard a livello internazionale.

### **Informazioni su ADCC Italia**

Fondata nel 2017 con sede a Milano, ADCC Italia si propone di promuovere l'innovazione finalizzata al costante miglioramento dei livelli di efficienza, di efficacia e di trasparenza della figura del direttore di centro commerciale. L'Associazione si propone di promuovere le attività di carattere professionale e le iniziative di coordinamento dei direttori volte a valorizzarne il ruolo professionale. Scopo dell'Associazione è anche quello di promuovere l'aggiornamento professionale e lo scambio di esperienze fra Soci, sia con incontri periodici che con strumenti di informazione, formazione e aggiornamento.

*Contatto stampa*  
*comunicazione@urbistat.com*