

COMUNICATO STAMPA

Osservatorio CNCC-EY sull'andamento dei centri commerciali in Italia:

- **Vendite a giugno 2025 a +0,7%, stabili nei primi sei mesi ai livelli del 2024**
- **Continua la crescita del segmento attività di servizi e cura della persona**
- **Affluenze in aumento nel primo semestre 2025 (+0,8%) con trend degli ultimi 12 mesi al +1,7%**

Milano, 6 agosto 2025 – Continua la collaborazione tra **CNCC ed EY finalizzata ad analizzare mensilmente gli andamenti del settore dei centri commerciali italiani**. L'analisi utilizza i dati forniti dall'Osservatorio CNCC, che si basano su un panel rappresentativo, costante e omogeneo, a cui partecipano 300 strutture, pari a circa 10 mila punti di vendita presenti su tutto il territorio nazionale.

I dati dei fatturati del mese di giugno 2025 registrano una crescita del **+0,7%** rispetto allo stesso periodo del 2024, portando il trend semestrale a chiudere in linea con i risultati dello scorso anno (-0,5%). Un risultato sicuramente positivo considerato il protrarsi dell'instabilità macroeconomica e geopolitica, da cui deriva anche una contrazione dei consumi dettata da una maggiore prudenza e cautela nelle decisioni di spesa.

Marco Daviddi, Managing Partner di EY Parthenon Italia, commenta: *"La crescita dello 0,7% di giugno conferma la bontà del modello Centro Commerciale, che riesce a mantenere un andamento positivo nonostante il contesto macroeconomico complesso che spinge a un'inevitabile contrazione dei consumi. Il trend positivo mostrato dai settori delle attività di servizi e della cura della persona, inoltre, conferma ancora una volta come queste strutture stiano evolvendo verso un modello sempre più integrato, capace di rispondere alle esigenze quotidiane dei consumatori e di conseguenza di attrarre nuove affluenze"*.

Roberto Zoia, Presidente del CNCC, aggiunge: *"La prima parte dell'anno si chiude con soddisfazione per l'industria dei centri commerciali, dimostrando ancora una volta la propria capacità di adattamento e stabilità, anche in periodi complessi, oltre al potenziale di crescita, indicatore sicuramente significativo per tutti gli stakeholder, dagli investitori ai retailer. Osserviamo con attenzione le cause che incidono sul potere d'acquisto, sia adattando l'offerta, che deve essere sempre più mirata e contraddistinta da un'attraente customer journey, sia promuovendo un'efficace*

e ampia collaborazione tra tutti gli operatori, anche con iniziative digital. L'obiettivo comune è la soddisfazione dei clienti che, grazie a questi risultati, confermano una solida fedeltà e l'apprezzamento per il modello "evoluto" di centro commerciale, quale hub di esperienze tra servizi e shopping".

La crescita registrata a giugno 2025 è stata guidata da un aumento generale delle vendite in tutte le categorie merceologiche. In particolare, rispetto a giugno dello scorso anno, le **attività di servizi** sono state tra le più dinamiche, con un +2,7%, insieme ai **beni per la casa** che registrano un +1,7%. Mantengono un andamento positivo anche le vendite di **cultura, tempo libero e regali** (+0,9%), a cui seguono con un +0,6% ciascuno **abbigliamento, elettronica di consumo e ristorazione**. Infine, **cura persona e salute** stabile al +0,1%.

Nel primo semestre del 2025 i dati delle vendite sono sostanzialmente in linea con lo stesso periodo del 2024 (-0,5%). Si confermano, come settori più vivaci, le **attività di servizi** (+3,1%) e la **cura persona e salute** (+2,5%). Si registra, invece, un calo seppur contenuto nell'**elettronica di consumo** (-1,7%), nei **beni per la casa** (-1,2%), nella **cultura, tempo libero e regali** (-1,1%) e nell'**abbigliamento** (-1%), mentre la **ristorazione** è stabile al -0,3%.

A supporto delle dinamiche di vendita, anche i dati sull'**affluenza** confermano un trend positivo con un incremento del + **0,1%** a giugno 2025 (vs giugno 2024). Su un orizzonte temporale più ampio si rileva un incremento maggiore, pari al +**0,8%** sul primo semestre 2025 (vs primo semestre 2024) e del +**1,7%** sull'anno mobile (luglio 2024 – giugno 2025, rispetto a luglio 2023 – giugno 2024).

Vendite per Merceologia (variazioni %) | giugno 2025 vs giugno 2024

Categoria	Variazioni %
Totale Galleria (escl. despecializzati)	0,7%
Ristorazione	0,6%
Elettronica di consumo	0,6%
Cura Persona, Salute	0,1%
Cultura, Tempo Libero, Regali	0,9%
Beni per la casa	1,7%
Attività di servizi	2,7%
Abbigliamento personale	0,6%

Vendite per Merceologia (variazioni %) | gen-giu 2025 VS gen-giu 2024

Categoria	Variazioni %
Totale Galleria (escl. despecializzati)	-0,5%
Ristorazione	-0,3%
Elettronica di consumo	-1,7%
Cura Persona, Salute	2,5%
Cultura, Tempo Libero, Regali	-1,1%
Beni per la casa	-1,2%
Attività di servizi	3,1%
Abbigliamento personale	-1,0%

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 1.270 i poli commerciali presenti sul territorio nazionale che, con i loro 40.500 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 | Building a better working world

EY continua a realizzare il suo purpose - building a better working world - creando nuovo valore per i clienti, le persone, la società e il pianeta, ed instaurando fiducia nei mercati finanziari. Grazie all'uso di dati, intelligenza artificiale e tecnologie avanzate, i team di EY aiutano i clienti a plasmare il futuro con fiducia e a sviluppare risposte per le principali sfide di oggi e di domani. Operando nei campi di revisione, consulenza, assistenza fiscale e legale, strategia e transaction e con il supporto di analisi di settore dettagliate, una rete globale connessa e multidisciplinare e un ecosistema di partner diversificati, i professionisti di EY sono in grado di fornire un'ampia gamma di servizi in più di 150 paesi e territori. All in to shape the future with confidence.

"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

Laura Crovetto - Cell. 339 8309986 – E-mail: Laura.Crovetto@it.ey.com
Giulia Makaus - Cell. 347 8205317 – E-mail: Giulia.Makaus@it.ey.com