

Retail 1-2013

HIGH-STREET REPORT

Primo semestre 2013



Other Branch Office

Asia / Asia / 亚洲
Pechino / Beijing / 北京
Shanghai / Shanghai / 上海

Nord America / North America / 北美
New York / New York / 纽约

Sud America / South America / 南美
San Paolo - Sao Paolo - 圣保罗
Buenos Aires / Buenos Aires / 布宜诺斯艾利斯

Nord Europa / North Europe / 欧洲北部
Londra / London / 伦敦
Berlino / Berlin / 柏林

Sede - 地址
Piazza Maestri del Lavoro, 7
20063 Cernusco sul Naviglio (MI)

Est Europa / East Europe / 欧洲东部
Praga / Prague / 布拉格
Mosca / Moscow / 莫斯科

Tel. - 电话 +39 02 95305886
Fax - 传真 +39 02 95305209

www.worldcapital.it
research@worldcapital.it

INDICE

Italian retail Market
High-street rating - canoni di locazione
Canoni di affitto del High-Street regionale
Canoni di locazione
Analisi High-street
Nord Italia
Centro Italia
Sud Italia
Consumatory
E-commerce
Analisi dei consumi
Retail market - Milano
Rendimenti
Milano provincia- Canoni di locazione
Mercato Retail - Estero
Canoni di locazione
Il divario tra i mercati più attraenti
Spesa dei consumatori
Fiducia dei consumatori 2012

Italian retail market

I retailer, a causa dell'incertezza economica e della contrazione dei consumi approssimano il mercato con prudenza, concentrandosi sulle prime location nelle high-streets. Anche i brand che registrano dei buoni risultati rallentano i loro piani di sviluppo per sondare il mercato, mostrando cautela nell'apertura di nuovi punti vendita.

La forbice dei valori varia molto a seconda della zona, della posizione strategica lungo le vie e quindi dal flusso pedonale e dalla visibilità.

Nello stock del mercato immobiliare retail il Nord Italia in generale presenta la percentuale più ampia rispetto al resto d'Italia con il 41.1%, di cui il 16.3% al nord est e il 24.8% al nord ovest. La percentuale di stock immobiliare al centro Italia è del 25%, al sud il 23.1% e nelle isole il 10.8%.

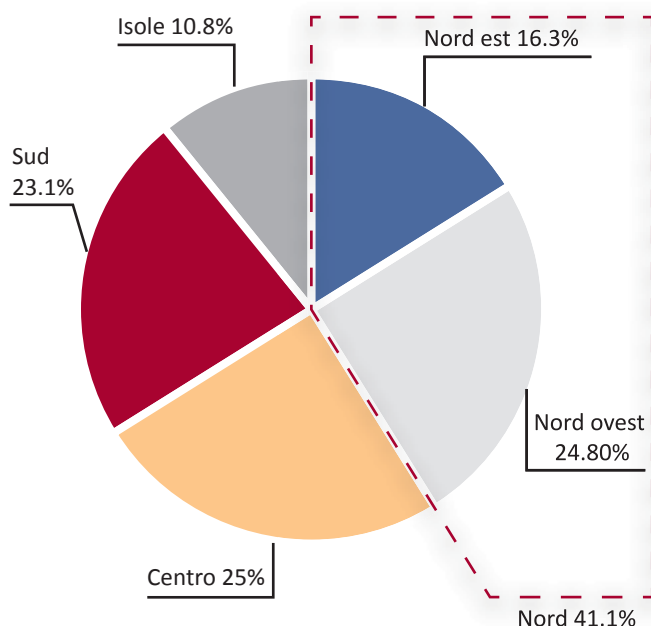
I canoni di affitto nelle high-street italiane restano stabili rispetto al 2012. Al nord Italia è stata registrata una fascia da 300 a 6.700 €/m²/anno, Al centro è stata registrata una fascia da 400 a 6.100 €/m²/anno, mentre al sud comincia da 100 e arriva a 2400 €/m²/anno.

Nelle città come Milano, Torino, Verona i canoni restano stabili, mentre a Genova, Firenze, Venezia è stato registrato una contrazione dello 2% sugli affitti. Nel comune di Portofino il calo ha raggiunto il 4%. Nel centro Italia i canoni sono rimasti stabili mentre nelle isole al sud, nelle città come Bari e Palermo, si è registrato un calo dell' 3.6%.

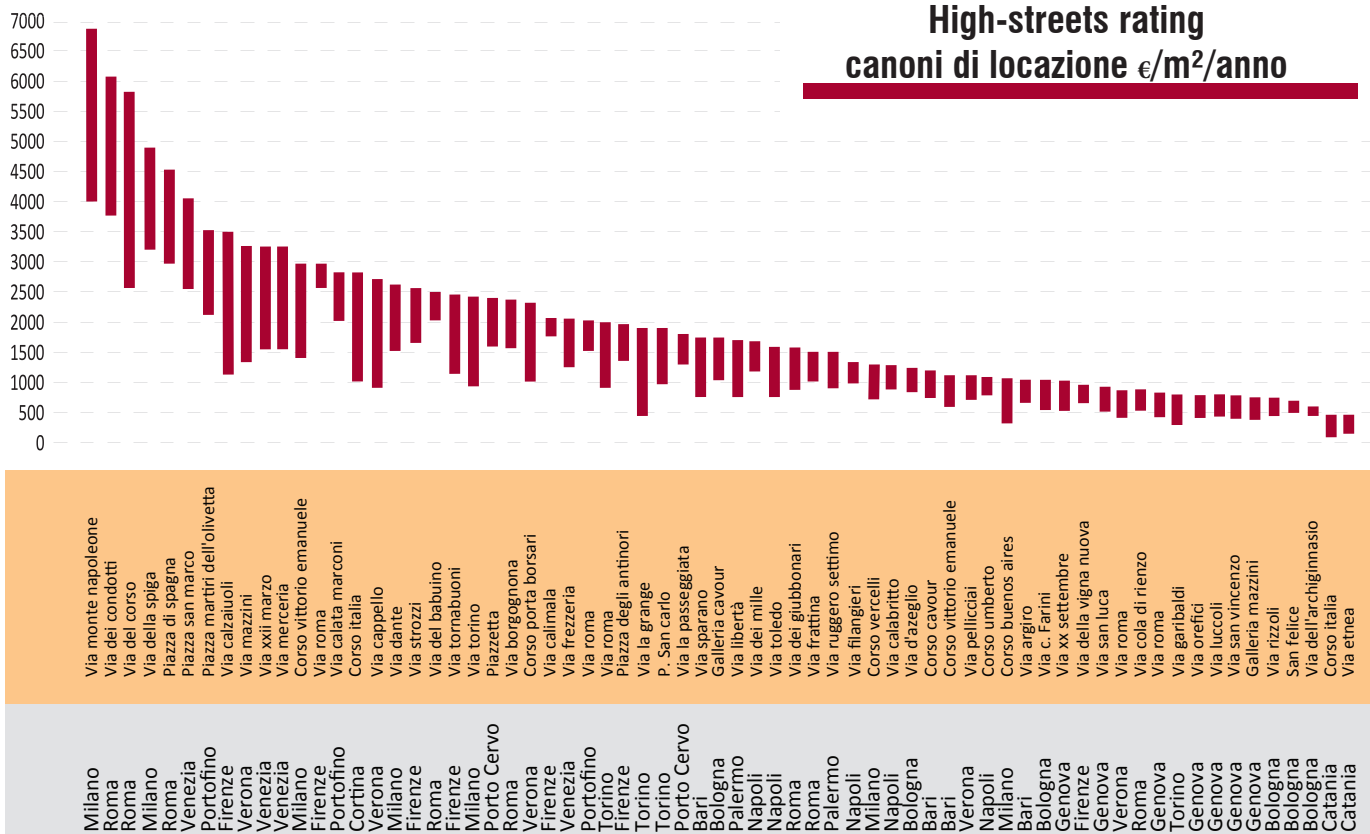
I cambiamenti dei prezzi di locazione variano molto a seconda della zona e della posizione strategica lungo le vie.

Nelle Top high-street i canoni di affitto sono stabili e in alcuni casi sono leggermente aumentati, ciò a causa della grande richiesta non soddisfatta della scarsità dell'offerta. Gli aumenti registrati a Milano sono in corso Vercelli +0.7% e via della Spiga +0.8%, a Verona in via Mazzini e via Cappello +0.6%, a Bologna nella Galleria Cavour +0.4%, a Roma in via dei Condotti +0.7%. Non dimentichiamo il fatto che per i nuovi contratti di affitto nelle principali vie si chiede ancora la "Buona Uscita", e come conseguenza il tasso di vacancy può raggiungere lo 0%.

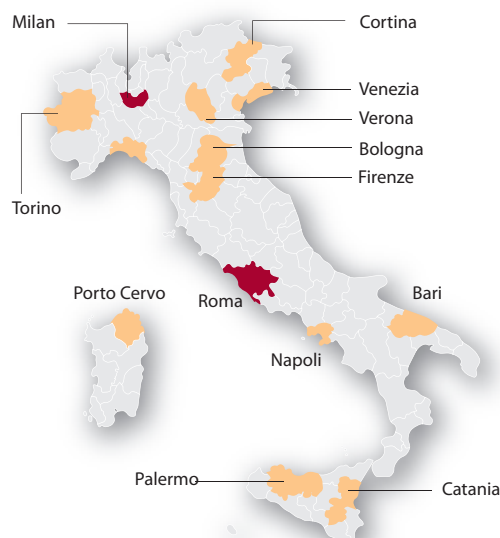
Lo stock del mercato retail



High-streets rating canoni di locazione €/m²/anno

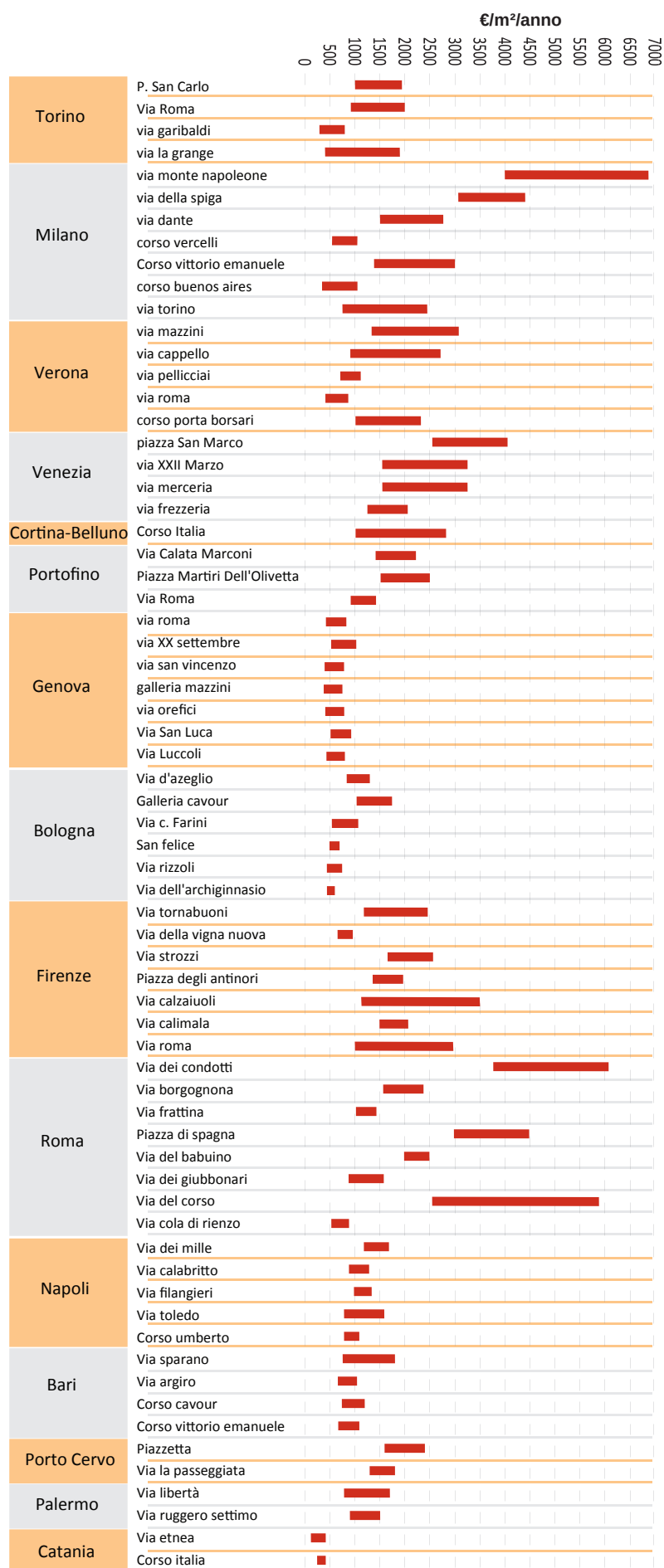


Canoni di locazione



Roma e Milano comandano la classifica dei canoni di locazione con punte tra i 3500 e i 6700 €/mq/anno, seguono Venezia, Verona e Firenze con punte tra i 2500 e i 4000 €/mq/anno in virtù del continuo afflusso di visitatori durante tutto l'arco dell'anno. Portofino, Cortina con punte tra i 2000 e i 2900 €/mq/anno sono nel terzo livello seguite dalle città come Bologna, Genova, Napoli, Bari e Palermo con punte tra i 700 e i 1800 €/mq/anno.

Catania con i canoni tra una faccia di 100-450 €/mq/anno e la città con i canoni più bassi rispetto a altri high-street in Italia.



Analisi di High-Street Italiani



I rendimenti degli immobili retail nelle high-street italiane in questo semestre non hanno subito sostanziali variazioni. Possiamo confermare che nelle città primarie (Milano, Roma, Firenze e Venezia) i rendimenti si attestano fra il 5% ed il 6%, mentre nelle altre location la forbice è compresa fra il 5,5% e il 7%. È importante osservare che trattandosi di prodotti immobiliari localizzati nei principali centri storici italiani, in alcuni casi per specifici prodotti, i rendimenti possono anche essere inferiori in virtù dell'alto valore sia del prodotto stesso che della location che lo ospita.

NORD

HIGH STREET	Locazione		CITTÀ	Tasso di sconto												Tagli commercializzati						
	min	max		0	2	4	6	8	10	12	14	16	0	100	200	300	400	500	600	700		
P. San Carlo	1000	1900	Torino																			
Via Roma	900	2000																				
via garibaldi	300	800																				
via la grange	480	1850																				
via monte napoleone	4000	6700																				
via della spiga	3200	4900	Milano																			
via dante	1500	2600																				
corso vercelli	550	1250																				
Corso vittorio emanuele	1400	3000																				
corso buenos aires	300	1200																				
via torino	900	2400	Verona																			
via mazzini	1350	3100																				
via cappello	900	2700																				
via pellicciai	750	1200																				
via roma	400	800																				
corso porta borsari	1000	2300	Venezia																			
piazza San Marco	2500	4000																				
via XXII Marzo	1500	3200																				
via merceria	1500	3300																				
via frezzeria	1200	2000																				
Corso Italia	1000	2800	Cortina																			
Via Calata Marconi	1400	2200	Portofino																			
Piazza Martiri Dell'Olivetta	1500	2500																				
Via Roma	800	1400	Genova																			
via roma	400	800																				
via XX settembre	500	1000																				
via san vincenzo	450	760																				
galleria mazzini	450	800																				
via orefici	390	780																				
Via San Luca	440	800																				
Via Luccoli	450	790																				

CENTRO

HIGH STREET	Locazione €/m²/anno		CITTÀ	Tasso di sconto %								Tagli commercializzati m²								
	min	max		0	2	4	6	8	10	12	14	16	0	100	200	300	400	500	600	700
via d'azeglio	800	1200	Bologna																	
Galleria cavour	1000	1700																		
via c. farini	500	1100																		
san felice	450	650																		
via rizzoli	400	700																		
via dell'archiginnasio	400	550																		
via tornabuoni	1200	2400	Firenze																	
via della vigna nuova	600	950																		
via strozzi	1600	2550																		
piazza degli antinori	1350	1950																		
via calzaiuoli	1100	3500																		
via calimala	1500	2100																		
via roma	1000	2900	Roma																	
via dei condotti	3700	6100																		
Via Borgognona	1550	2350																		
Via Frattina	1000	1500																		
Piazza di Spagna	3000	4500																		
via del babuino	2000	2500																		
via dei giubbonari	800	1600																		
via del corso	2550	5800																		
via cola di rienzo	500	850																		

SUD E ISOLE

HIGH STREET	Locazione €/m²/anno		CITTÀ	Tasso di sconto %		Tagli commercializzati m²														
	min	max		0	2	4	6	8	10	12	14	16	0	100	200	300	400	500	600	700
via dei mille	1250	1600	Napoli																	
via Calabritto	900	1370																		
via filangieri	1000	1350																		
via toledo	700	1600																		
corso umberto	710	1100																		
via sparano	730	1700	Bari																	
via argiro	600	1150																		
corso cavour	800	1200																		
corso vittorio emanuele	500	1100	Porto Cervo																	
Piazzetta	1600	2400																		
Via La Passeggiata	1300	1750	Palermo																	
via libertà	700	1700																		
via ruggero settimo	900	1500	Catania																	
Via Etnea	100	450																		
Corso Italia	250	450																		

CONSUMATORI

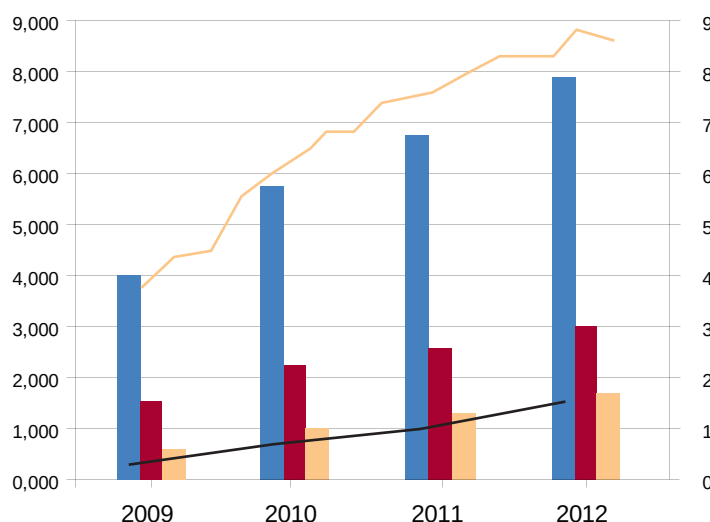
e-commerce

L'e-commerce in Italia ha confermato nel 2012 il trend positivo degli anni precedenti, con una crescita stimata del 14% sul 2011, e ha un valore che supera complessivamente i 13 milioni di Euro. Molte piccole e medie imprese si sono affacciate al mondo dell'e-commerce con l'obiettivo di sfruttare le opportunità offerte dalla Rete e la maggiore confidenza che gli utenti stanno acquisendo nei confronti dell'acquisto online. In questi ultimi anni l'impatto dell'e-commerce sul mercato immobiliare del retail si è fatto sentire come non mai.

Le affluenze dei consumatori nei negozi sono indirettamente diminuite. Nonostante le vendite online siano limitate a poche categorie e lo shopping nei negozi, ed il piacere che ne deriva da questo, è ancora un grande affare per i clienti, tuttavia la diminuzione dell'affluenza dei clienti, tra le vie dello shopping e nei centri commerciali, colpisce di conseguenza il numero dei potenziali acquirenti. Tra tutti i rivenditori, quelli posizionati nelle primarie location sono rimasti al sicuro, mentre quelli situati in location secondarie o periferiche ne soffrono maggiormente.

Parallelamente molte aziende italiane stanno studiando o hanno implementato una strategia per la vendita all'estero, che permetta di mantenere adeguati livelli di redditività nonostante la competizione internazionale. Ne risulta che l'esportazione dall'Italia via e-commerce sta crescendo.

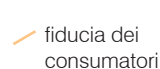
Valori dell fatturato e-commerce in Italia



Il grafo a sinistra



Il grafo a destra



Analisi dei consumi

Dopo due anni fortemente segnati dalla crisi economica, in questa nuova edizione si è inteso prestare una particolare attenzione alle iniziative e agli orientamenti che le famiglie italiane stanno sviluppando per raggiungere nuovi equilibri nella gestione dei loro budget di spesa.

È certo che questi terranno ancora conto, in buona misura, dei molti segni negativi che hanno contraddistinto quanto è avvenuto nell'ultimo periodo, ma è altrettanto vero che superata la fase più acuta, gli italiani tendano ora a riorganizzarsi per affrontare un inedito scenario, nella quale occorre sperimentare metodi, occasioni, opportunità che in precedenza non erano state prese in considerazione o apparivano meno necessarie.

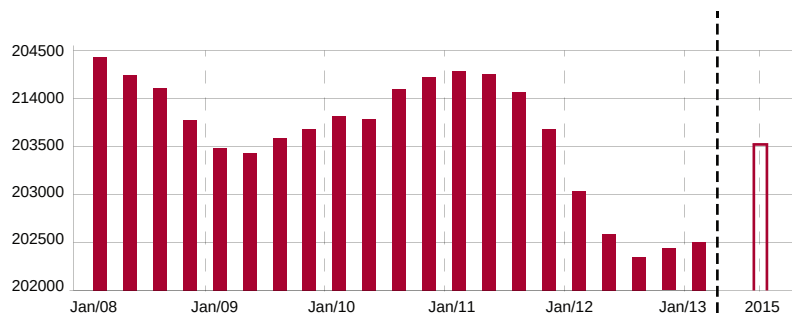
L'Osservatorio di quest'anno segue dunque i percorsi di coloro che non si sono già lasciati la crisi alle spalle, che anzi in parte sulle spalle si portano ancora il suo peso, ma che non per questo sono rimasti chiusi nello scoramento, bensì si sono mossi a cercare nuovi sentieri o a riscoprirne di antichi e dimenticati.

Le sfere del privato e della famiglia, del lavoro e del tempo libero, del commercio e del credito, sono argomenti qui rivisitati e aggiornati alla luce delle tendenze emergenti di quest'anno.

Nel 2015, grazie all'evento internazionale EXPO, si avrà un notevole aumento della fiducia dei consumatori e, come conseguenza, anche negli acquisti.

E' prevista la partecipazione di oltre 120 stati, che porterà un enorme flusso di turisti nel paese e soprattutto nella città di Milano.

Acquisto del consumatore



Fiducia dei consumatori



Milan retail market

PRIME (high-street)

SECONDARY



Via Monte Napoleone

Prezzi: **4000-6700** €/m²/anno

Esempio brand presenti,

Bulgari - Armani

Gucci - PRADA

Louisvuitton - Cartier

Giada - Valentino



Via della Spiga

Prezzi: **3200-4900** €/m²/anno

Esempio brand presenti,

Stuart Weitzman

Dolce&Gabbana - Falconeri

Roberto Cavalli - Tod'sAlan Journo - **Giorgio Armani**

Corso Buenos Aires

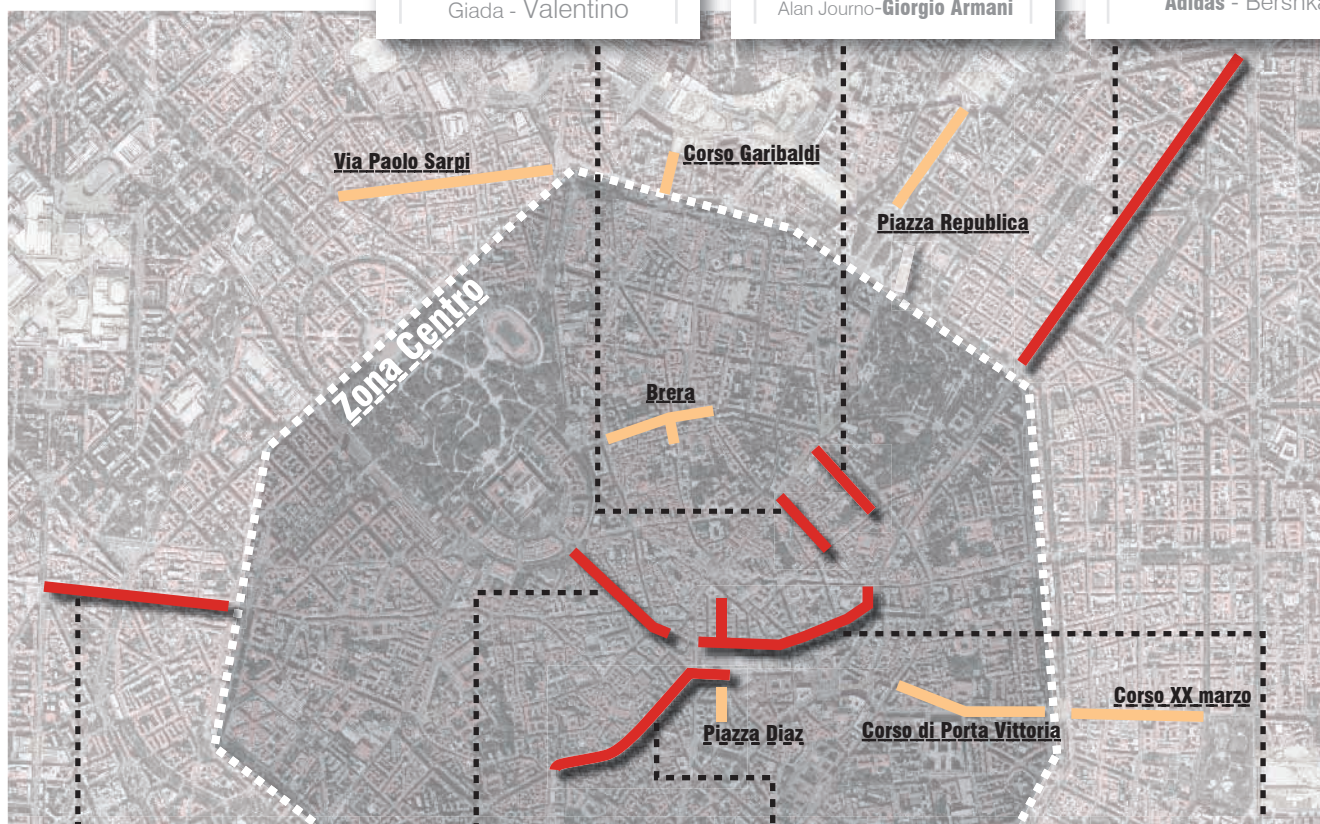
Prezzi: **400-1200** €/m²/anno

Esempio brand presenti,

Calvin Klein - Sisley

Muji - Benetton - Lacoste

Zara - Mango - H&M

Adidas - Bershka

Corso Vercelli

Prezzi: **550-1250** €/m²/anno

Esempio brand presenti,

Lacoste

Hogan - Luca**KiKo**

Swatch Store



Via Dante

Prezzi: **1500-2600** €/m²/anno

Esempio brand presenti,

Yamamay - Lush

Foot locker

Swarovski - Elena Miro

Max & Co.



Via Torino

Prezzi: **900-2400** €/m²/anno

Esempio brand presenti,

Intimissimi - Zara

Rossella Carrara

Guess - **KiKo**

Accessorize - Boxer



Corso Vittorio Emanuele

Prezzi: **1400-3000** €/m²/anno

Esempio brand presenti,

H&M - **Zara** - Celio

Massimo Dotti - Douglas

Disney - Marilena

Calzedonia - Liu-Jo

Rendimenti

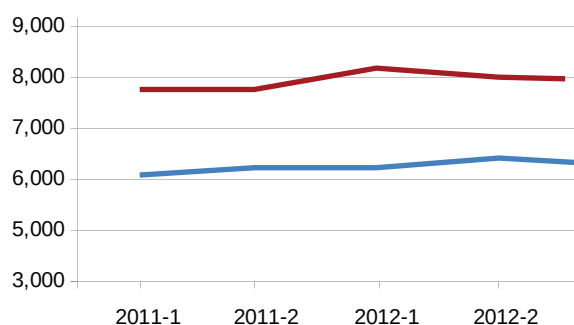
Gli immobili commerciali nelle High - Street di Milano garantiscono un tasso di rendimento lordo del 5 - 6 % l'anno, mentre nelle aree periferie il tasso di rendimento è del 5.5-7% sulle vie di passaggio e del 5-7% per le collocazioni meno centrali.

Dal primo semestre 2012, Milano ha registrato un leggero calo nelle aree primarie, ma rispetto al 2011, la situazione è migliorata e si prevede una stabilizzazione dei rendimenti fino alla fine dell'anno.

A Roma invece, per gli immobili commerciali nelle zone primarie è stato registrato un tasso di rendimento lordo del 5-6.1 % negli ultimi anni, con una maggiore crescita nel secondo semestre 2012 del 6.5%.

L'appetibilità degli immobili commerciali (che contano per il 46% nel totale della domanda di immobili non residenziali, a fronte di immobili industriali e uffici) risulta legata soprattutto al posizionamento con prezzi più alti nelle zone prime dove tuttavia la continuità del rapporto di locazione e i bassi tassi di inutilizzo rappresentano un plus.

La domanda si è mantenuta su livelli elevati, grazie in particolare al contributo dei retailer internazionali che hanno aperto nuovi negozi nelle arterie commerciali di maggiore prestigio.

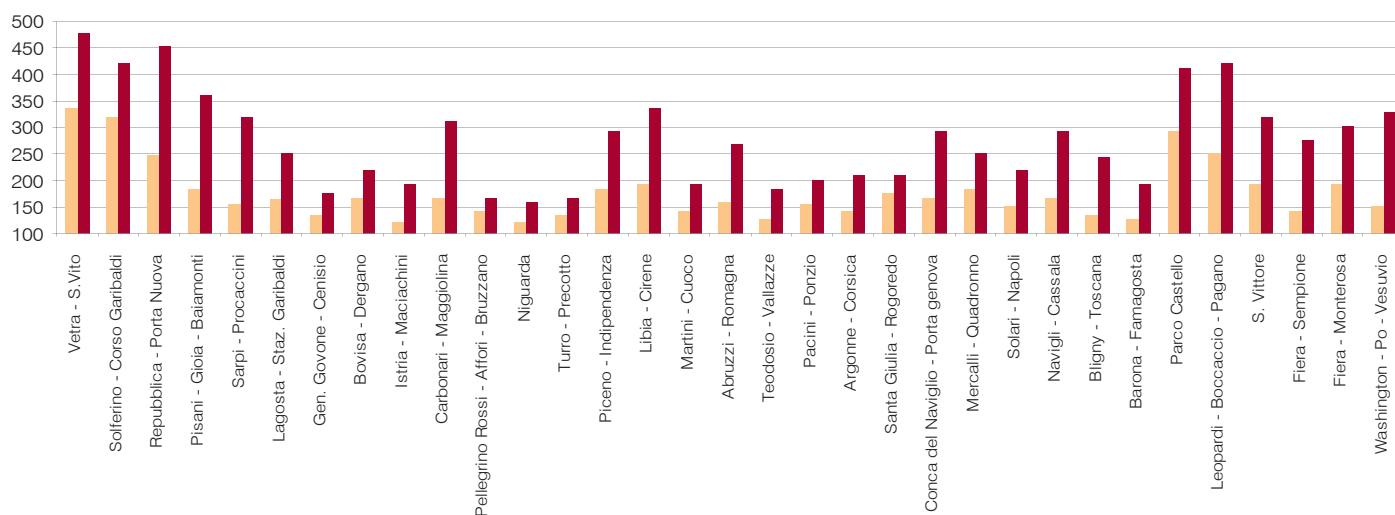


Milano provincia- Canoni di locazione €/mq anno

Prezzi annui della locazione

price min

price max



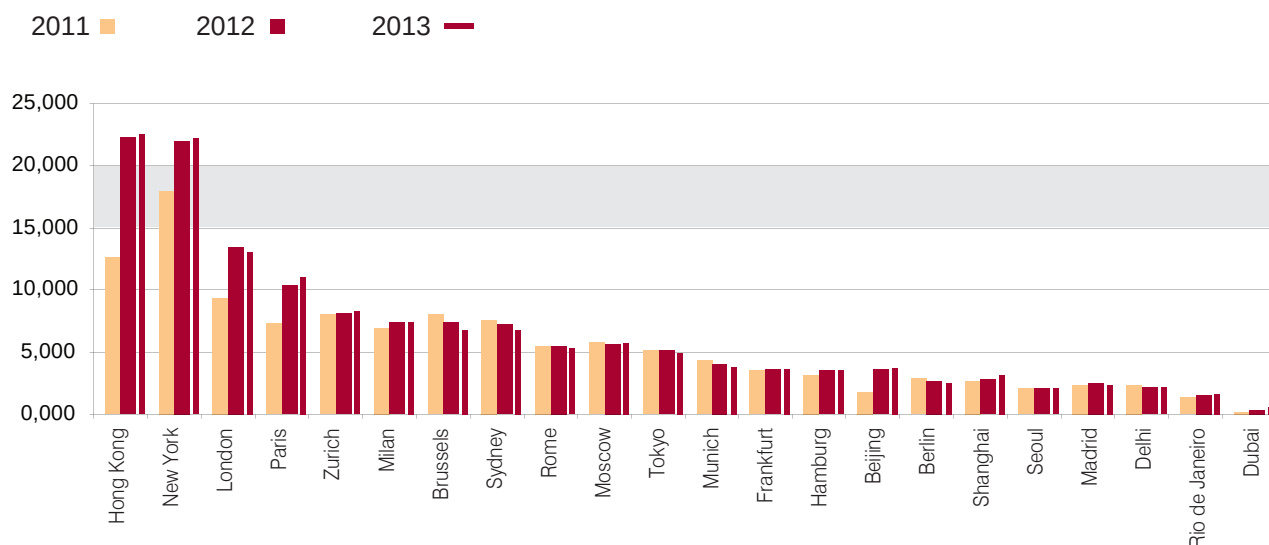
MERCATO ESTERO

Canoni di locazione €/mq anno

HIGH-STREET RETAIL PRIME RENTS €/m²/anno

Country	City	Street	2011	2012	2013
CHINA	Hong Kong	Causeway Bay	12,644	22,307	22,764
U.S.A	New York	Fifth Avenue	18,003	22,047	22,340
U.K	London	Oxford Street - West	9,353	13,406	13,103
France	Paris	Avenue des Champs-Élysées	7,310	10,375	11,229
Switzerland	Zurich	Bahnhofstrasse	7,997	8,164	8,216
Italy	Milan	via montenapoleone	6,935	7,402	7,394
Australia	Sydney	Pitt Street Mall	7,544	7,243	7,141
Belgium	Brussels	Rue Neuve	7,800	7,409	7,115
Italy	Rome	Via Condotti	5,920	5,476	5,465
Russia	Moscow	Tverskaya	5,769	5,669	5,718
Japan	Tokyo	Ginza (Chuo Street)	5,108	5,116	4,965
Germany	Munich	Kaufingerstraße	4,346	4,103	4,083
Germany	Frankfurt	Zeil	3,550	3,609	3,620
Germany	Hamburg	Spitalerstraße	3,157	3,483	3,470
Germany	Berlin	Tauentzienstraße	2,889	2,738	3,100
China	Shanghai	Nanjing Road West	2,730	2,772	2,851
China	Beijing	Wangfujing	2,152	2,495	3,324
S.Corea	Seoul	Myeongdong	2,085	2,090	2,062
Spain	Madrid	Puerta del Sol Preciados	2,303	2,487	2,343
India	Delhi	Khan Market	2,319	2,169	2,174
Brazil	Rio de Janeiro	Garcia D`Avila	1,340	1,532	1,570
U.A.E	Dubai	Sheikh Zayed Road	0,151	0,327	0,361

Il divario tra i mercati più attraenti

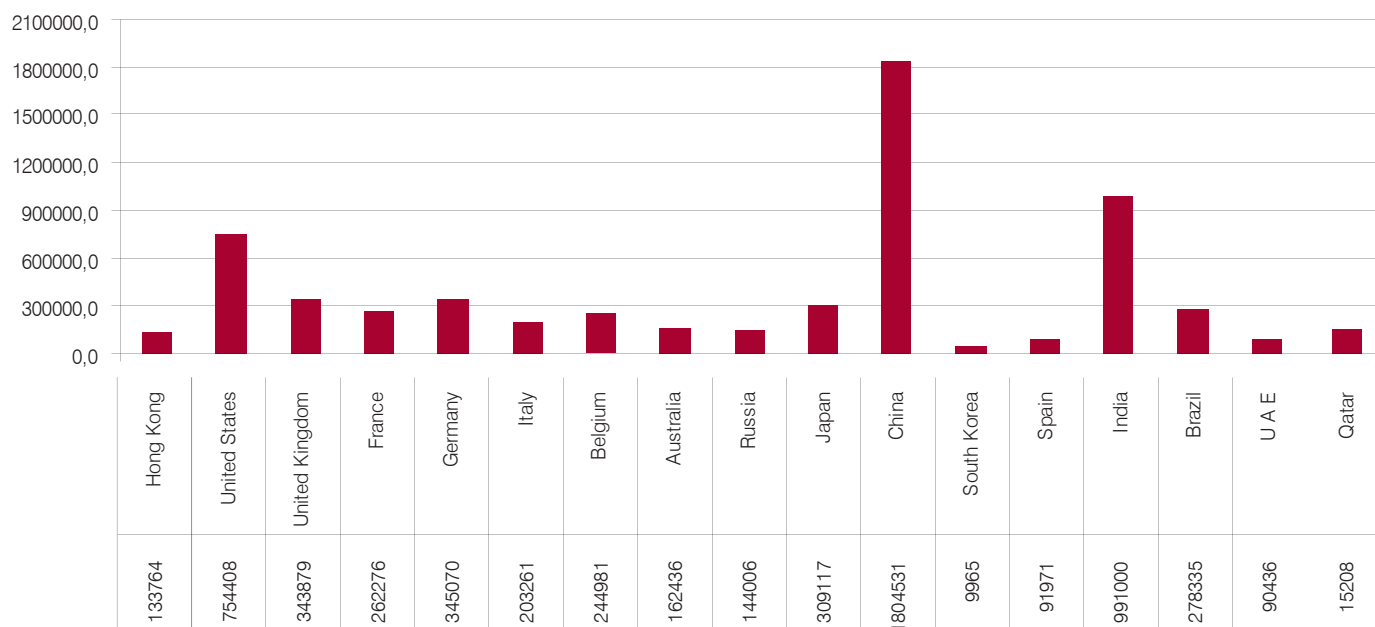


Propensione all'aquisto

EU Consumer Spending Barometer ha segnalato una diminuzione del livello dei consumi delle famiglie europee nel 2012. In generale, ma non da per tutto il consumo è calato, il consumo delle famiglie in Europa è diminuito del - 0,1% anno dopo anno nel 2012.

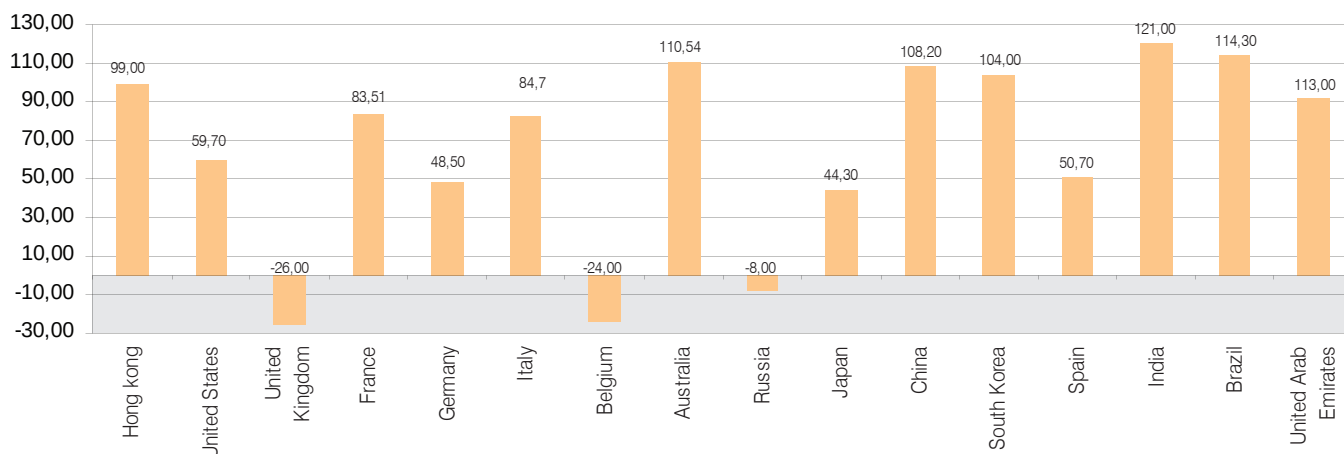
Tre delle cinque economie europee più grandi hanno registrato un aumento del consumo nella seconda metà del 2012, come i dati più recenti hanno indicato anno dopo anno in Francia, Germania e Gran Bretagna. Invece, la Germania è stato l'unico paese a registrare una crescita nel precedente trimestre. In Italia e in Spagna, il consumo delle famiglie è calato, con l'Italia che ha registrato anno dopo anno una diminuzione della spesa del -7,6%, seguita dal declino della Spagna del - 6,5%, mentre i paesi dell' est Europa tendevano a registrare forti tassi di crescita nel consumo delle famiglie.

Ad Hong kong la spesa per il consumo delle famiglie è aumentata del 2,9% negli anni passati. In Cina ha sorpassato l' 1.800.000 euro all'anno. Sebbene nei paesi del Medio Oriente la spesa per il consumo sia più bassa rispetto ai paesi europei o cinesi, tuttavia la fiducia dei consumatori è molto positiva al 83,5. Il Qatar è il maggiore mercato tra quelli del Medio Oriente secondo il 96,5, subito seguito dagli Emirati Arabi al 91,6.



Fiducia dei consumatori 2012

numero indice base 2005=100



CONTACTS RESEARCH

Cernusco Sul Naviglio (MI)
Piazza Maestri del lavoro 7
Tel. +39 02 95305886
Fax. +39 02 95305209

Neda Aghabegloo
Research Department
research@worldcapital.it

BUSINESS LINE IN ITALY

Andrea Faini
Ceo
andrea.faini@worldcapital.it

Marco Clerici
Marketing & Sales Management
marco.clerici@worldcapital.it

Roberto Faini
Business Developer
roberto.faini@worldcapital.it

Mariangela Franzoni
Executive Secretary
mariangela.franzoni@worldcapital.it

Anna Rita Facchiano
Executive Secretary
comunicazione@worldcapital.it

Daniela Cerri
Contract Department
daniela.cerri@worldcapital.it

Nicola Colella
Retail Sales Department
nicola.colella@worldcapital.it

Andrea Lattisi
Office & industry Sales Department
andrea.lattisi@worldcapital.it

Matteo Ciarcelluti
Office & industry Sales Department
matteo.ciarcelluti@worldcapital.it

Matteo Bergomi
Industry & Logistics Sales Department
matteo.bergomi@worldcapital.it

MANAGEMENT DEPARTMENT

*Cernusco sul Naviglio
Piazza Maestri del Lavoro 7*

SALES & CONSULTING DEPARTMENT

*Cernusco sul Naviglio
Piazza Maestri del Lavoro 7*

*Milano
Via Restelli 3/7*

WORLD CAPITAL IN THE WORLD

MILAN – SHANGHAI – NEW YORK – SAO PAULO – PRAGUE – LONDON – BUENOS AIRES