



FRANCESCO MONTUOLO

Vice Presidente
Confimprese

Milano, 7 luglio 2022



UN'ASSOCIAZIONE, UN SUPPORTO, UN SERVIZIO

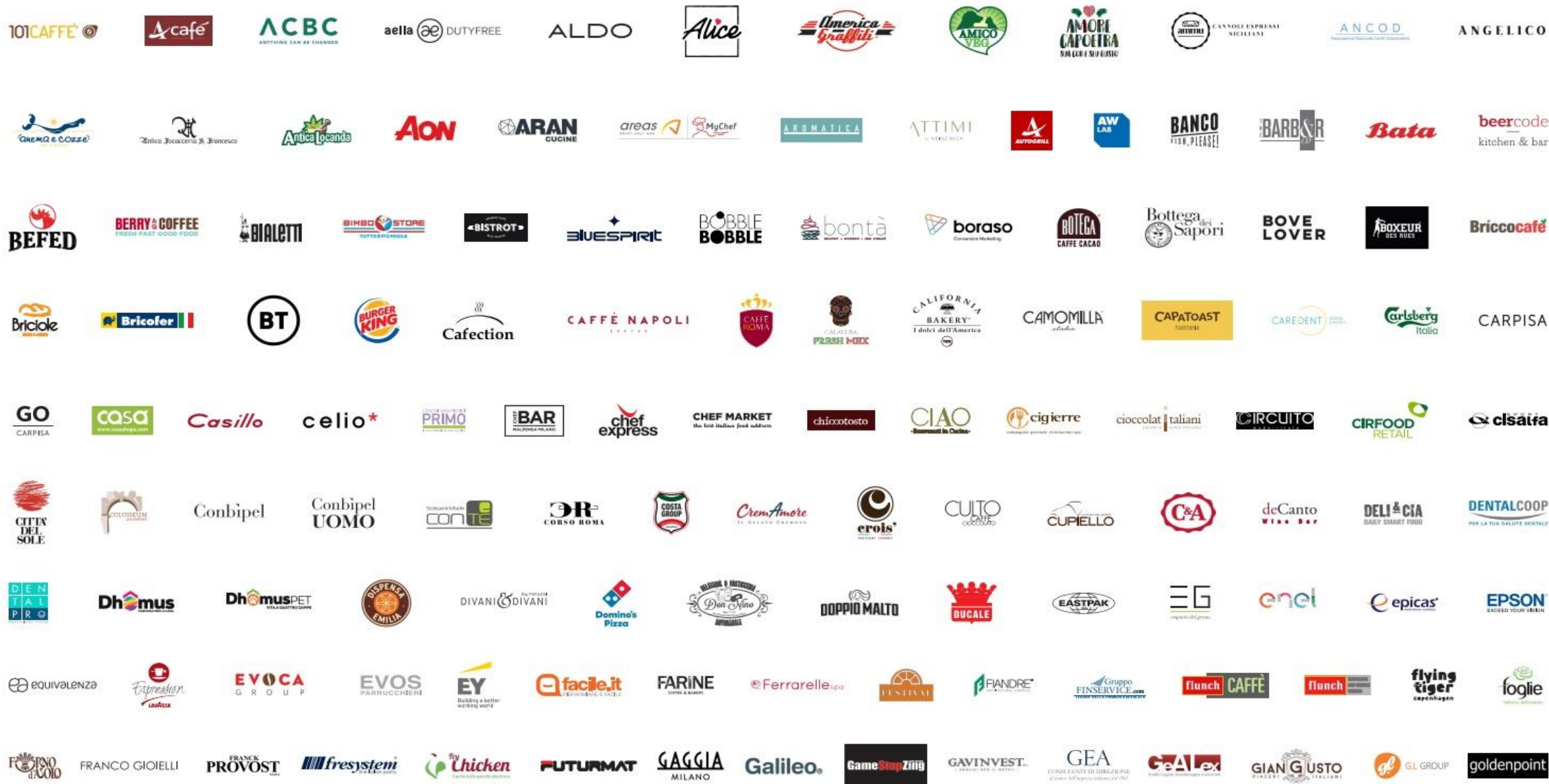


Confimprese è **l'Associazione italiana leader nel retail** che raggruppa primari operatori con reti dirette e franchising, ne tutela gli interessi e favorisce lo sviluppo di punti vendita e marchi in Italia e all'estero.

In Italia **Confimprese rappresenta:**

- **350** marchi commerciali
- **40.000** punti vendita
- **660.000** addetti

LE NOSTRE 350 INSEGNE



LE NOSTRE 350 INSEGNE



LE NOSTRE 350 INSEGNE

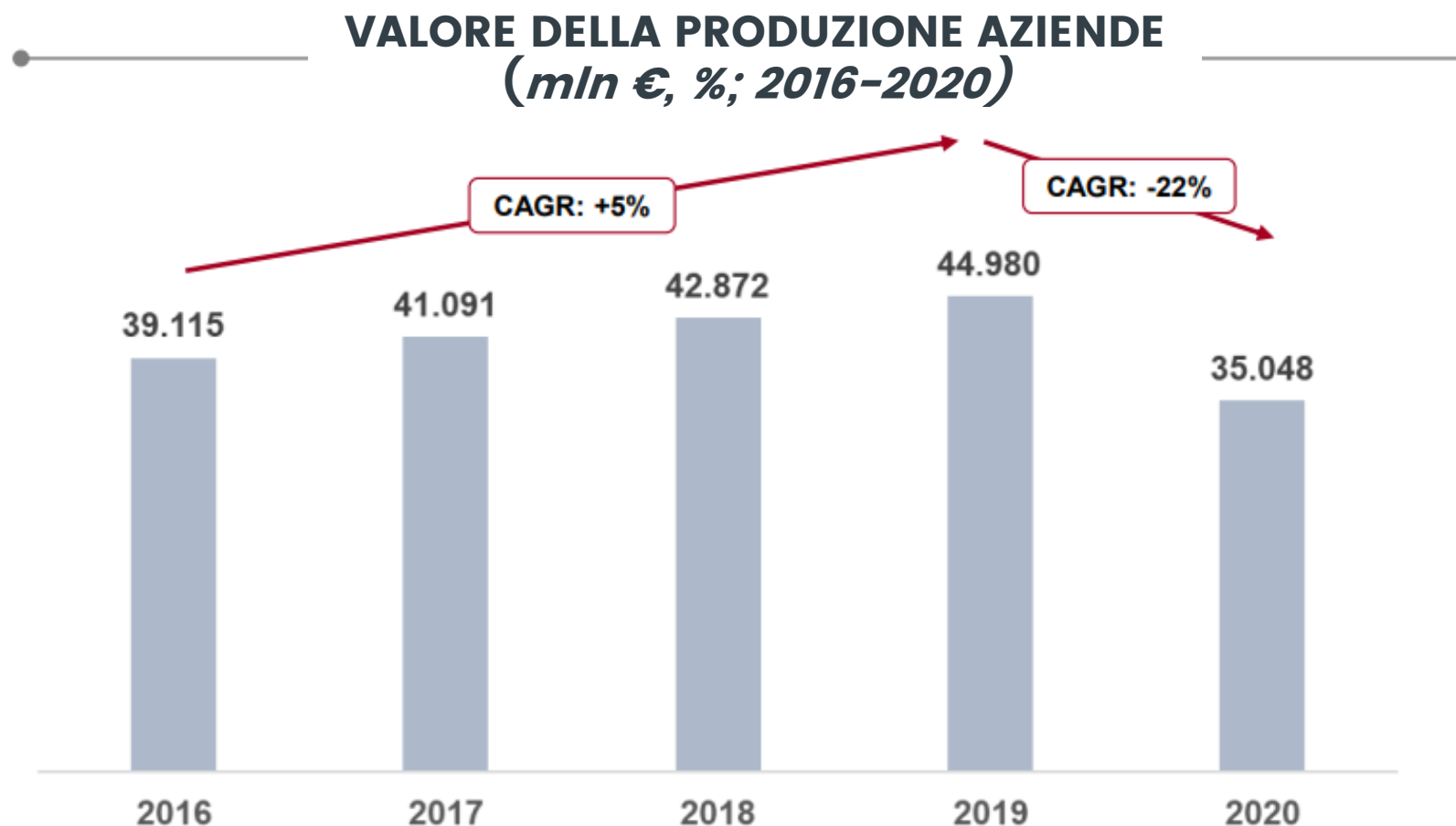


SUPPORTER



DIMENSIONAMENTO SETTORE FAST FASHION

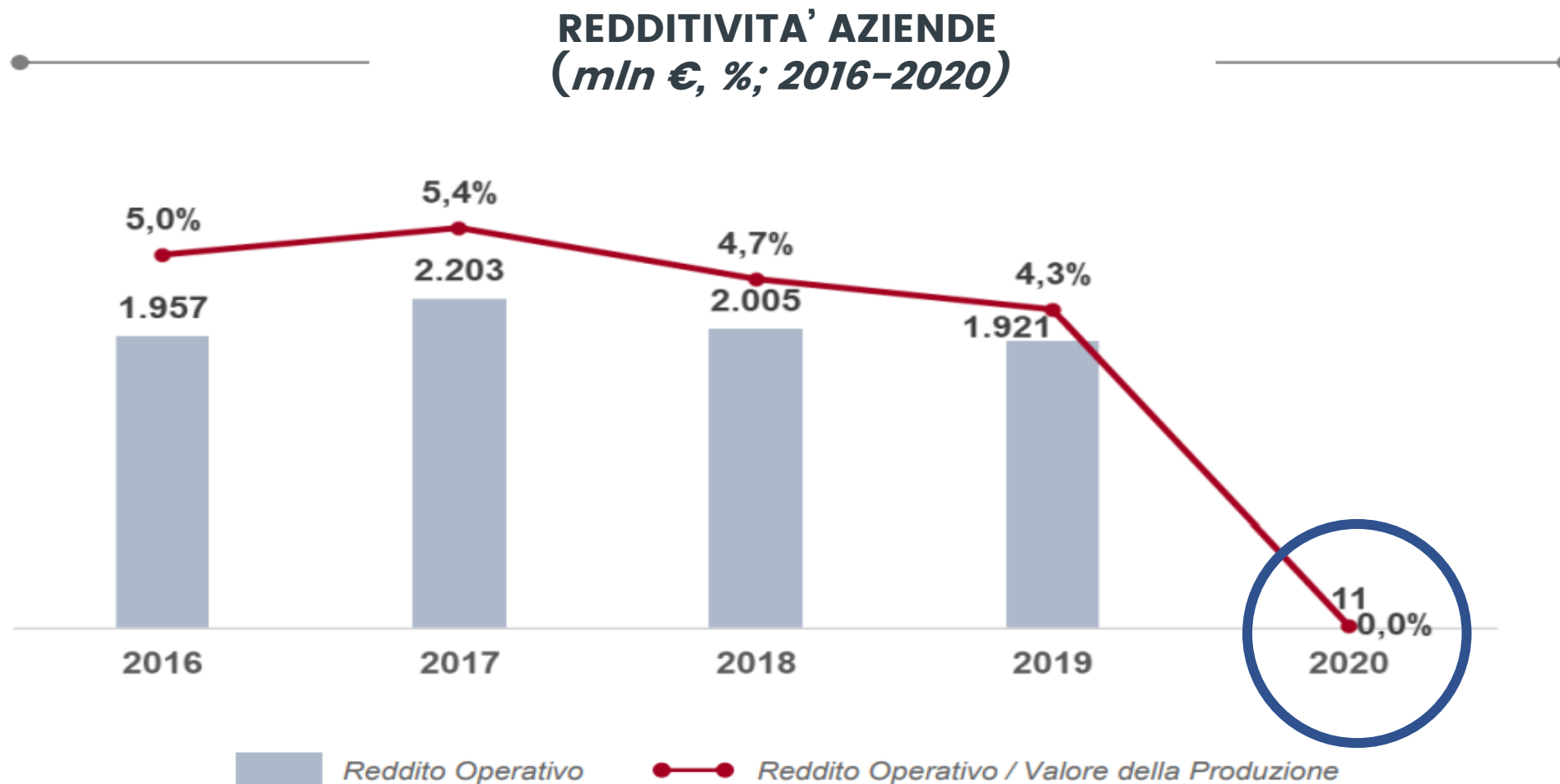
Nel primo anno di pandemia, il tasso di crescita del settore è stato negativo, facendo segnare un calo della produzione del **-22%**



Fonte: Centro Studi Retail Confimprese - Dettaglio settori Global Strategy

REDDITIVITA' DEL SETTORE

Il primo anno di COVID ha azzerato il reddito operativo delle aziende del settore



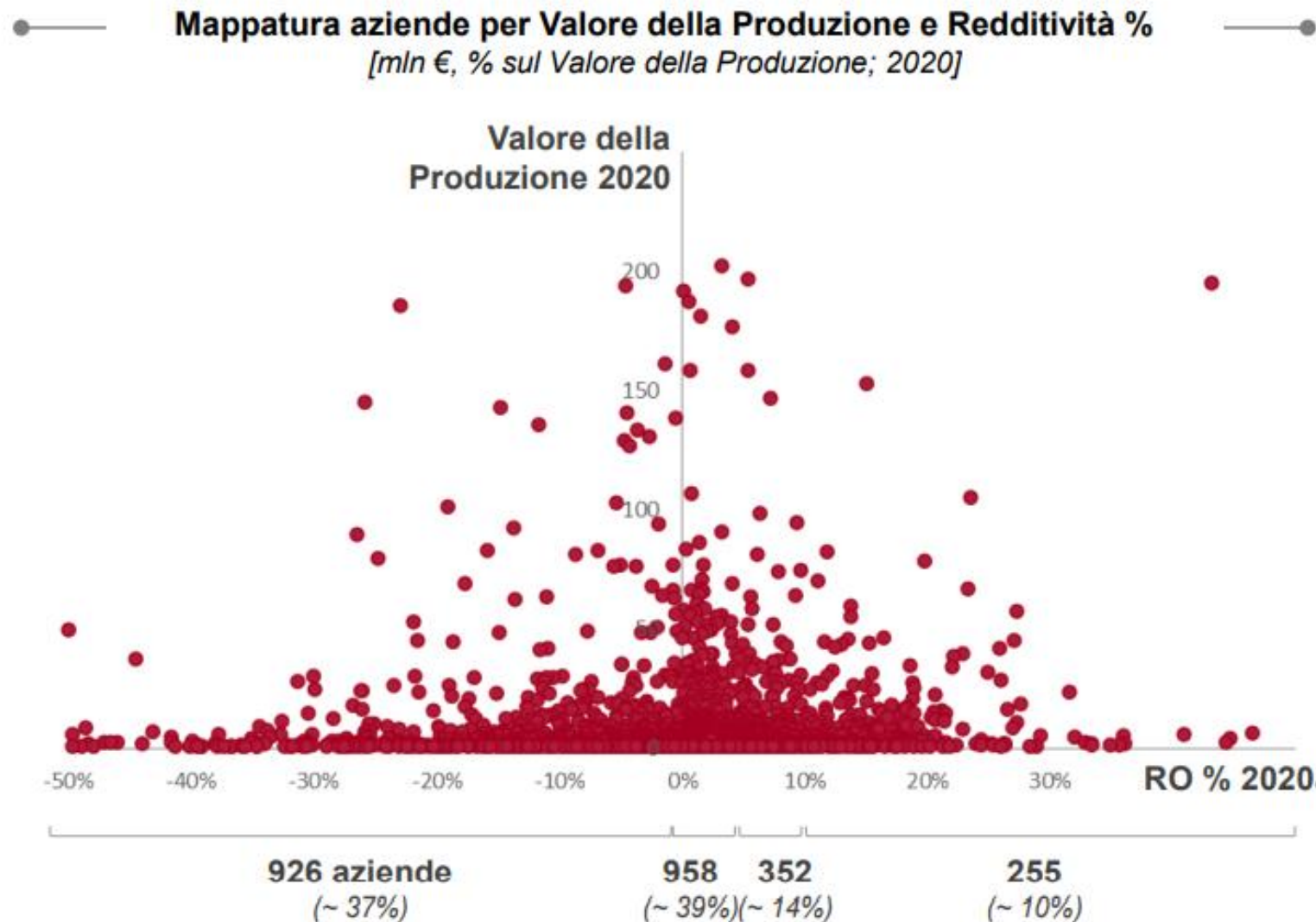
Fonte: Centro Studi Retail Confimprese - Dettaglio settori Global Strategy

DISTRIBUZIONE DELLA REDDITIVITA'

Circa il **40%** delle **aziende** nel settore ha fatto segnare un reddito operativo fra lo 0% e il 5% del valore della produzione

Solo il **10%** presentava un RO superiore al 10%

Il **37%** presentava un **RO negativo**

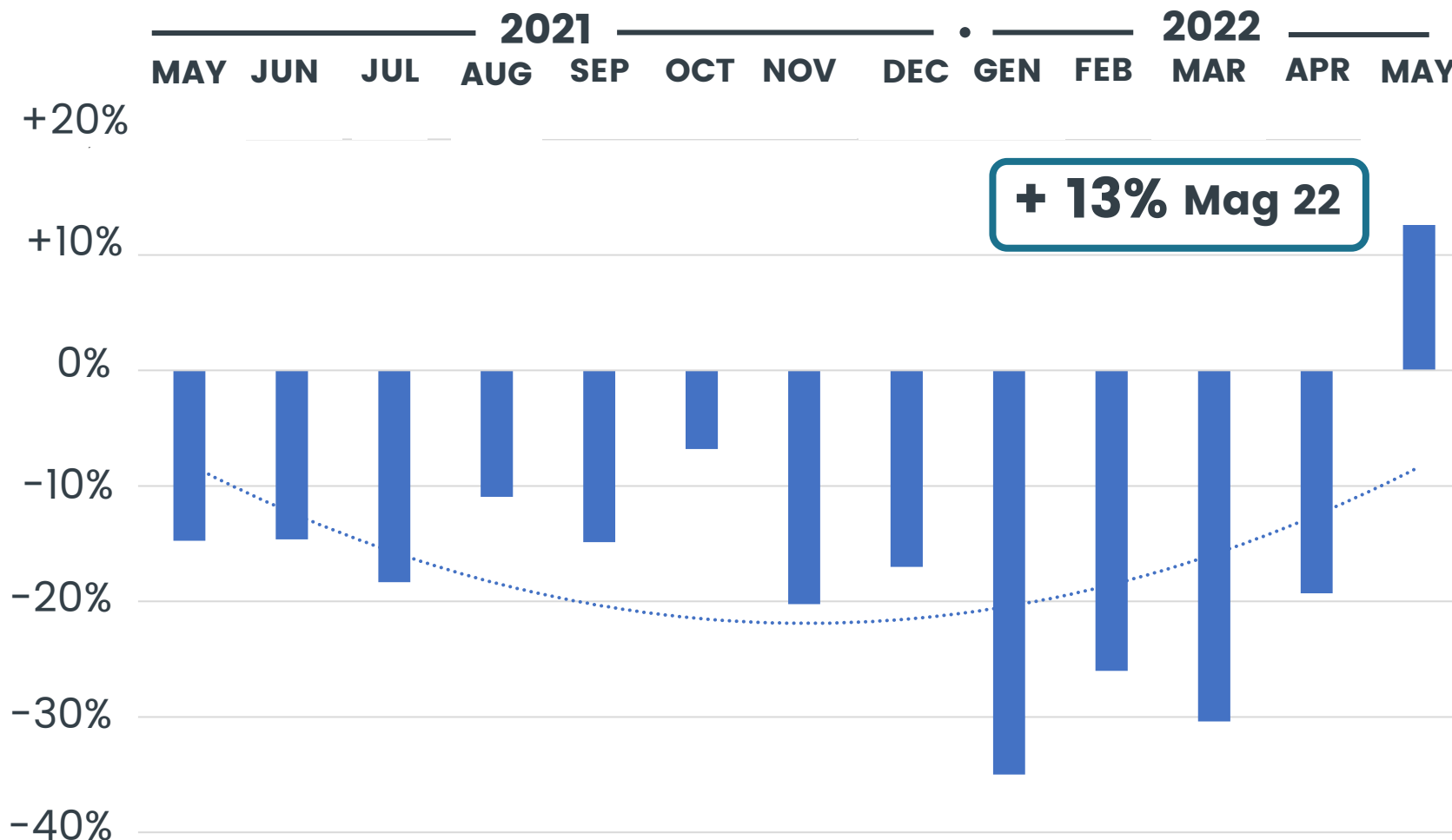


COME E' ANDATO IL FAST FASHION NELL'ULTIMO ANNO?

Il settore risente ancora fortemente dell'impatto negativo della pandemia, Il dato **YTD 2022 vs 2019** fa segnare un **-19%**

Primi segnali incoraggianti dal dato di maggio

Monthly trend vs 2019 – CLOTHES & ACCESSORIES



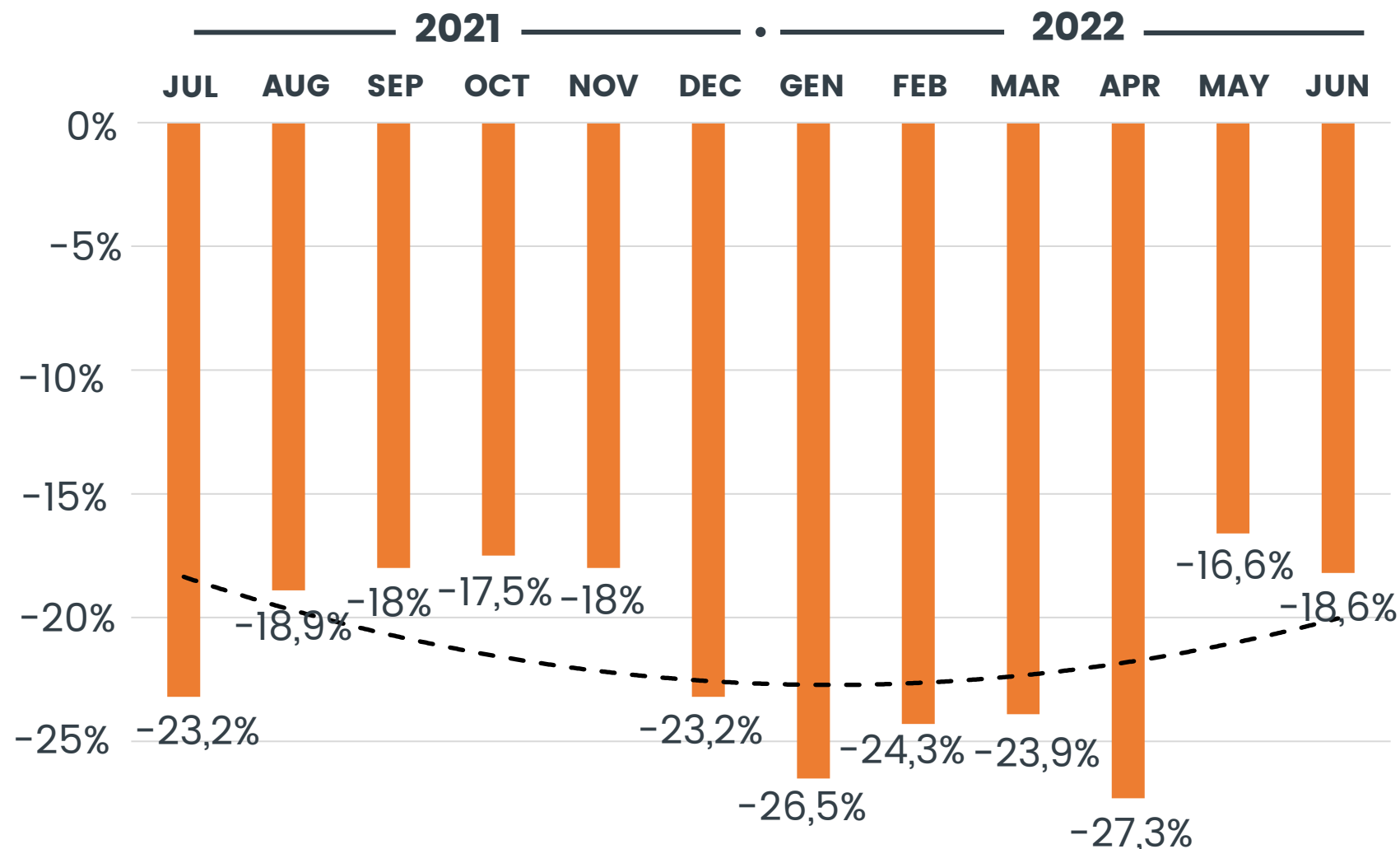
Fonte: Centro Studi Retail Confimprese, Osservatorio Consumi

COME HANNO PERFORMATO I CENTRI COMMERCIALI?

MONTHLY FOOTFALL TREND VS 2019 – TOTAL MALL

I centri commerciali risentono ancora di un forte gap rispetto al precovid

Questa difficoltà risulta evidente nel **trend di frequentazione** degli stessi



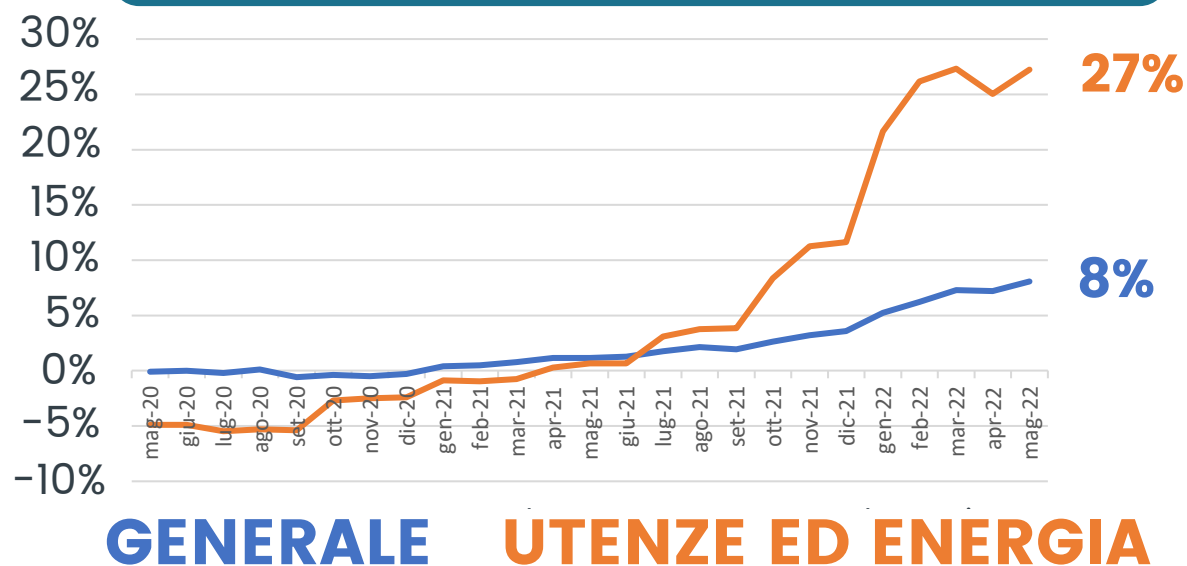
Fonte: Dati ShopperTrak, elaborazione Centro Studi Retail Confimprese

IL CARICO DELL'INFLAZIONE

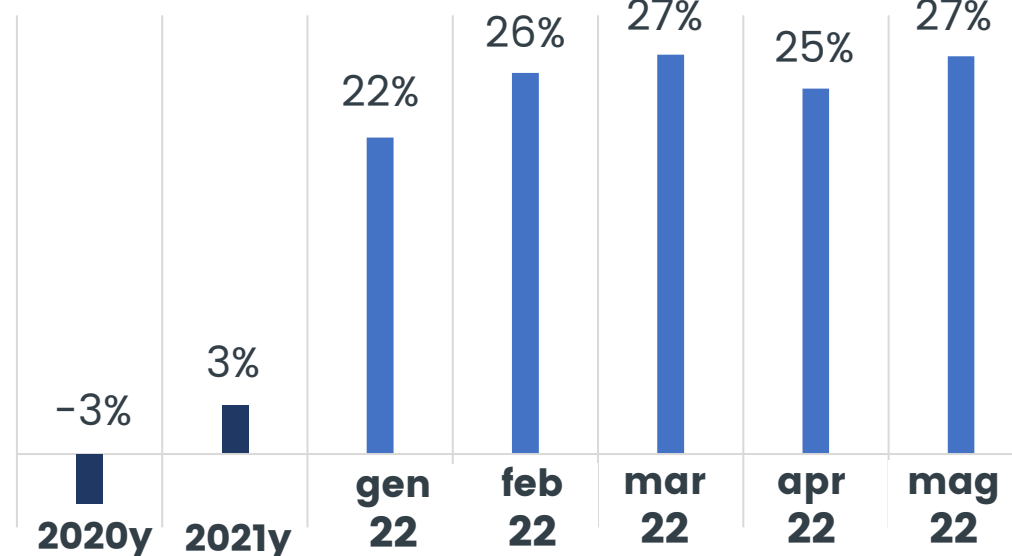
L'inflazione **generale** ha raggiunto l'**8%** su base annua

I prezzi legati alla **componente energetica** e alle utenze sono ulteriormente aumentati, facendo segnare **+27%** nel mese di maggio rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente

Andamento inflazione e trend prezzi utenze ed energia mensile vs 2019y



Trend prezzi utenze ed energia, vs 2020y, 2021y, 2022 dettaglio mensile, ITALIA

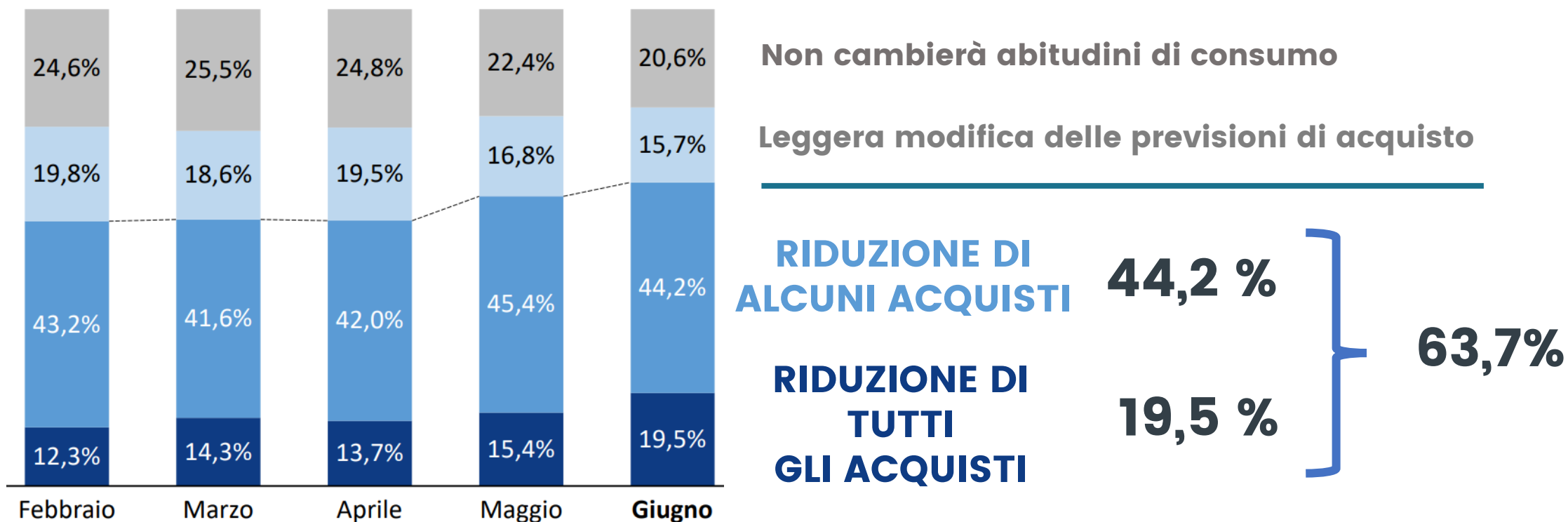


Fonte: dati ISTAT e EUROSTAT, elaborazione Centro Studi Retail Confimprese

COME SI SONO MODIFICATE LE ABITUDINI DI CONSUMO DELLE FAMIGLIE?



- Il **63,7%** delle famiglie italiane ridurrà il volume dei propri acquisti
- Il **20,1%** non ha intenzione di usufruire dei saldi (il dato era al **13,7%** nel **2021**)
- Il **50,1%** non sa se sfrutterà offerte promozionali



COME SI PORRANNO LE FAMIGLIE NEI CONFRONTI DEL SETTORE ABBIGLIAMENTO?

I consumatori si confermano intenzionati ad acquistare capi d'abbigliamento prediligendo ancora **centri commerciali** e **outlet** come canali d'acquisto

Il **58,9%** delle famiglie che usufruirà dei saldi dichiara di essere intenzionata ad acquistare **capi d'abbigliamento**

Nonostante l'abbigliamento figuri ancora come il **principale settore** di spesa nell'ambito dei **saldi**, presenta una forte **flessione** rispetto al dato del **2021** che gli accreditava il **79,9%** delle preferenze



Fonte: Termometro Famiglie, Innovation Team – Gruppo Cerved

QUALI SONO LE NUOVE TENDENZE DEI CONSUMATORI RISPETTO ALL'ONLINE?

TREND VENDITE ONLINE

2021 VS 2020

+21%

2022 VS 2021

+14%

Circa **2/3** degli italiani vuole tornare a fare shopping nei **negozi fisici**

Dopo il boom avvenuto durante la pandemia, i consumatori utilizzano l'online soprattutto per **confrontare prodotti e servizi**

Il **64,9%** utilizza internet per cercare **informazioni** su prodotti e aziende

E' necessario sviluppare soluzioni innovative di shopping per il retail fisico, prevedendo una crescente integrazione con l'online e un **approccio omnicanale**

CONCLUSIONI

- La pandemia ha **azzerato la crescita dei consumi degli ultimi 10 anni**, l'impatto è stato molto visibile sia per quel che riguarda il retail in generale che il settore abbigliamento
- Nell'immediato l'inflazione pone un'ulteriore problematica
- Il trend sul lungo periodo va comunque verso il recupero di questo gap ed una ripresa dei consumi
- Il confronto mensile con il pre-pandemia restituisce i primi dati incoraggianti con un **+6%** del **totale retail**, trainato dal settore **abbigliamento e accessori +13%** (mag22 vs mag19)

La sfida per i retailer sarà quella di intercettare la crescita identificando luoghi, modi, canali e tecnologie protagoniste delle nuove modalità di consumo



GRAZIE!