09-MAG-2023
da pag. 20 / foglio 1

Il Sole 24 ORE
Quotidiano - Dir. Resp.: Fabio Tamburini
Tiratura: 71008 Diffusione: 132572 Lettori: 715000 (0006901)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Commercio, anno record per le imprese che aprono all'estero

06901 06901

Confimprese

Previste 2.400 aperture contro le 350-400 di media negli ultimi anni

Enrico Netti

«Dopo due anni di stasi, il 2023 è l'anno record per le aziende italiane che vogliono aprire nuovi negozio all'estero – spiega Mario Resca, presidente Confimprese –. Finalmente anche il retail tricolore ha acquisito la forza per guardare oltreconfine. L'internazionalizzazione non è solo del comparto manifatturiero, ma anche del commercio moderno, che ha le competenze e la vision per espandersi sui mercati esteri». Nel corso del 2023 le insegne italiane del commercio moderno, secondo il Rapporto Estero 2023 realizzato dal Centro studi retail di Confimprese in collaborazione con Global Strategy, apriranno all'estero 2.400 negozi. La migliore performance di sempre rispetto alla media annua di 350-400 punti vendita vista negli anni scorsi. Secondo il Rapporto dei 2.400 negozi previsti più dei due terzi, ben 1.390, saranno di proprietà diretta contro i circa 750 affiliati. Ancora marginale, ma in crescita la formula del master franchising. Nel corso dell'anno è prevista la chiusura di 260 punti vendita con un saldo positivo è di 2.140 negozi. Molto spesso la decisione di chiudere nasce da processi di razionalizzazione della rete o il calo dei ricavi.

Per quanto riguarda le aperture tra i settori con le migliori prospettive di sviluppo ci sono: «altro retail» che include arredo-casa, entertainment e librerie, ottica, salute e benessere. Seguono la ristorazione e l'abbigliamento e accessori. «È un segno di coraggio, salute, innovazione e di affermazione del made in Italy nel mondo, di cui gli stranieri sono affamati. La filiera del valore funziona in tutti i settori di cui siamo portavoce, dalla moda al design al food - continua il presidente di Confimprese -. Apprezziamo che i prestiti Sace siano stati garantiti fino la fine dell'anno per permettere alle imprese di ottenere liquidità in tempi brevi garantendo continuità alla loro attività. È una importante azione di supporto del nostro Sistema Paese per rafforzare il posizionamento strategico del made in Italy sui mercati di domani». Mercati che saranno la Francia, Germania ma anche Grecia, Spagna, Polonia, i Balcani fino ad arrivare alla penisola arabica e la Cina. Questi i paesi di destinazione indicati con maggiore frequenza. È la conferma che l'Europa ritorna al centro delle strategie di sviluppo nell'era post Covid. All'area degli Emirati guarda un terzo di chi aprirà all'estero mentre il 17% punta sulla Cina. Per quanto riguarda i canali di sviluppo per 3 aziende su 4, quasi sempre dell'abbigliamento e altro retail, si punta sui centri commerciali, i retail park e gli outlet. La ristorazione ha invece una strategia più diversificata e guarda ai centro città e le vie dello shopping oltre al mondo del travel.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1878 - T.1851

Superficie 12 %