

Report a cura di RE Lab, hub digitale di decision intelligence
di Patrigest – Gruppo Gabetti e TEHA Group

RETAIL 2026:

IL SETTORE TORNA PROTAGONISTA TRA INVESTIMENTI IN CRESCITA E TRASFORMAZIONE DEI MODELLI DI CONSUMO

- **Boom degli investimenti: retail prima asset class in Italia nel 2025 (+26% rispetto al 2024)**
- **Centri commerciali in evoluzione: sempre più hub esperienziali tra servizi, ristorazione e socialità**
- **Franchising leva strategica nei centri commerciali: coinvolge mediamente il 40% dei brand presenti e guida l'espansione dei format retail**

Il mercato retail italiano nel 2025 torna al centro dell'attenzione degli investitori, affermandosi come prima asset class per volume di investimenti e confermando il proprio ruolo strategico nel settore immobiliare. Questo risultato si inserisce in un contesto macroeconomico complesso, caratterizzato da incertezza geopolitica, pressioni inflattive e crescita contenuta, ma anche da una rinnovata fiducia del mercato, sostenuta dalla stabilizzazione dei fondamentali e dal forte interesse dei capitali internazionali. Parallelamente, il settore è attraversato da profondi cambiamenti nei modelli di consumo e nei format commerciali, con una crescente centralità di servizi, esperienza e socialità che sta ridefinendo il ruolo del retail fisico.

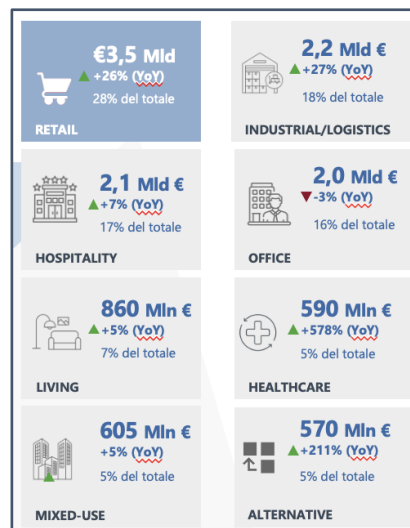
Questo è quanto emerge dal report **"Retail 2026 - Analisi del settore e dei trend di mercato"** a cura di **RE Lab**, hub digitale di *decision intelligence* dedicato al settore immobiliare, nato dalla partnership strategica tra **Patrigest – Gruppo Gabetti** e **TEHA Group (The European House – Ambrosetti)**.

"In un contesto europeo caratterizzato da pressioni inflattive persistenti e crescita contenuta, il potere d'acquisto delle famiglie resta sotto pressione, con effetti sulle dinamiche di consumo. Nonostante ciò, alcune tipologie di asset retail stanno mostrando una rinnovata attrattività, grazie alla capacità di combinare convenienza, ampiezza dell'offerta ed esperienza. L'integrazione tra canali fisici e digitali e l'evoluzione delle strategie dei retailer stanno contribuendo a sostenere gli investimenti nel comparto che, nel 2025, hanno superato i livelli pre-pandemia, confermando il ruolo centrale del retail nelle abitudini di consumo e socialità" dichiara **Luca Dondi dall'Orologio, amministratore delegato di Patrigest – Gruppo Gabetti**.

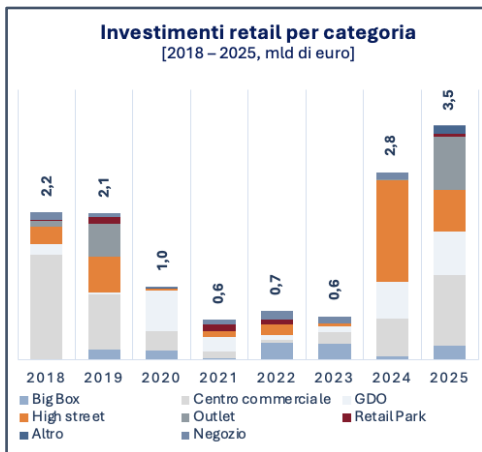
Gli investimenti in Europa e Italia nel 2025

Nel 2025 sono stati investiti in Europa circa 38 miliardi di euro nel settore Retail, +27% rispetto al 2024. I dati dell'ultimo anno segnalano una rinnovata fiducia degli investitori, dopo la forte contrazione registrata nel triennio 2019-2021, sostenuta dalla flessione della curva inflazionistica e dalla ritrovata attrattività dei centri commerciali. Germania e Regno Unito continuano a essere i mercati di riferimento in Europa, seguiti al terzo posto dall'Italia, dove il Retail è stata la prima asset class per volume di investimenti.

Nel nostro Paese, **durante lo scorso anno, gli investimenti corporate hanno raggiunto i 12,4 miliardi di euro, in aumento del 22% rispetto all'anno precedente, confermando il trend positivo iniziato dalla seconda metà del 2024.** I capitali stranieri hanno coperto il 55% degli investimenti, con prevalenza di francesi e americani. Il Retail è stato l'asset class preferita dagli investitori, seguita da Industrial & Logistics e Hospitality.



In particolare, **gli investimenti nel Retail sono stati circa 3,5 miliardi di euro, +26% rispetto al**



2024. I numeri dell'ultimo anno evidenziano una rinnovata fiducia degli investitori, dopo la forte contrazione durante la pandemia e negli anni immediatamente successivi. A contribuire al risultato sono state quattro operazioni che hanno segnato importi superiori ai 350 milioni di euro: il cambio di proprietà del Centro Commerciale Oriocenter; l'operazione di M&A che ha riguardato Carrefour; la cessione da parte di Blackstone di un portafoglio di tre outlet village; l'operazione di Simon Property Group che ha acquisito da Kering un portafoglio nel comparto luxury outlet. La principale area per volume investito è stata il Nord (41%), ma è vivo l'interesse degli investitori per i portafogli sparsi a livello nazionale (36% del totale). I centri commerciali hanno concentrato il 30% degli investimenti, seguiti da asset della GDO (19%) e high street (18%).

La composizione degli investimenti nel comparto Retail

Per quanto concerne **centri commerciali e retail park**, nel 2025 sono stati investiti circa 1,1 miliardi di euro, migliore performance dalla pandemia. Il volume è stato sostenuto da tre compravendite, oltre i 150 milioni di euro dei centri commerciali Oriocenter, Centro Sicilia e Casamassima.

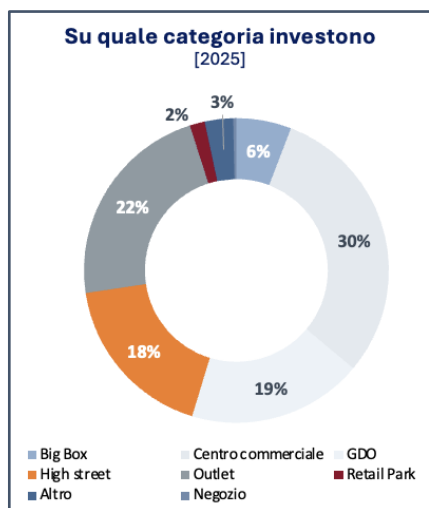
Tra il 2023 e il 2025, il 62% degli investimenti in questa categoria è venuto da capitali stranieri, con Francia (440 mln €) e UK (260 mln €) a guidare questa classifica. Anche l’Austria si è distinta tra le nazionalità più attive con il Gruppo Supernova, che ha completato l’acquisizione di tre centri commerciali per un valore di 125 milioni di euro.



In parallelo, l’**asset class degli outlet è tornata al centro dell’interesse degli investitori con un volume transato di circa 780 milioni di euro** per tre operazioni di portafogli. Di particolare rilievo, l’operazione che ha riguardato gli outlet village Palmanova, Franciacorta e Valdichiana e la compravendita dei due outlet di lusso «The Mall» di Firenze e Sanremo. Dal 2023, i capitali stranieri hanno influenzato il comparto con il 96% degli investimenti, in particolare Francia (415 mln €) e USA (350 mln €) comandano la classifica.

GDO e big box hanno invece raccolto circa 850 milioni di euro di investimenti nel 2025 (+44% sull’anno precedente): circa la metà del volume ha riguardato l’importante operazione M&A per la

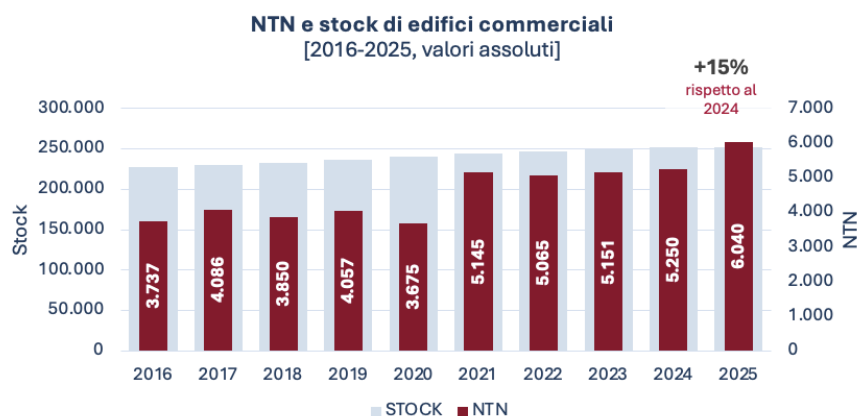
cessione dei supermercati Carrefour Italia al gruppo NewPrinces. Tra il 2023 e il 2025 nel comparto GDO e big box, Francia e Stati Uniti si sono confermati i primi investitori stranieri e hanno pesato per il 55% del volume investito.



Infine, gli investimenti **high street hanno superato i 600 milioni per il secondo anno consecutivo**, toccando quota 620 milioni. Il 2025 conferma l’attrattiva del comparto, supportata dalla spesa degli investitori internazionali, che si estende oltre che sulle principali città (Milano, Roma, Firenze, Venezia), anche su location emergenti (Torino, Napoli, Vicenza e Padova). Tra gli investitori, nel triennio 2023-2025, l’81% è di origine straniera, mentre Cordusio 2.0 (Uniqlo, Milano), con un valore transato di 195 milioni di euro, risulta l’acquisto più rilevante nel segmento high street nel 2025.

Focus Centri Commerciali

Negli ultimi dieci anni, il comparto degli edifici commerciali (centri commerciali, big box, immobili stand alone della GDO) ha registrato una **crescita significativa del numero di transazioni**. Nel 2025, queste hanno toccato quota 6.040 con un incremento del 15% rispetto all'anno precedente e del 61% rispetto al 2016, che rappresentava una fase particolarmente debole per il mercato immobiliare.



Secondo i dati del CNCC, **i Centri Commerciali si confermano il principale luogo di acquisto per circa il 30% dei consumatori**. Le vendite evidenziano dinamiche differenziate tra comparti, con una crescente rilevanza delle componenti esperienziali e di servizio.

La ristorazione si distingue come il segmento più dinamico (con la maggiore crescita di valore delle vendite), seguita dalla cura della persona e della salute e dai servizi. I beni mostrano andamenti più eterogenei: l'abbigliamento si conferma stabile rispetto al 2019, mentre il segmento cultura/tempo libero risulta in recupero. Restano invece deboli gli articoli per la casa e l'elettronica, con quest'ultima in particolare che subisce la concorrenza dell'online.

In termini di composizione, all'interno dei centri commerciali, **abbigliamento, calzature e accessori rappresentano il 47% dei negozi, seguiti dal comparto food&beverage (12%) e dai servizi (10%). Il franchising si conferma un modello dominante: il 40% dei brand presenti** fa capo a catene che operano anche in franchising, con incidenze particolarmente elevate nel segmento elettronica e telecomunicazioni (fino all'80%) e valori intorno al 50% nei comparti giocattoli e regali, abbigliamento, calzature e accessori e beni per la casa. Dal punto di vista dimensionale, la superficie media dei negozi si attesta a 270 mq, mentre quella delle ancore raggiunge i 4.630 mq; tra queste ultime, cinema e grande distribuzione organizzata (GDO) si confermano le principali, con superfici medie rispettivamente pari a 9.700 mq e 8.500 mq.

"In un contesto internazionale caratterizzato da elevata incertezza e da persistenti pressioni inflattive, l'Italia si confronta con una domanda interna strutturalmente debole. I consumi reali risultano infatti stagnanti da oltre un decennio, con una fragilità particolarmente accentuata nella componente alimentare. Questa dinamica incide direttamente sulle prospettive di crescita del Paese e rende il rilancio dei consumi una leva strategica per il sistema economico, anche alla luce del loro peso centrale sull'economia nazionale, pari al 57,1% del PIL. In questo quadro, la filiera estesa del Retail Specializzato emerge come un asset di rilevanza sistemica. Il settore genera 151,8 miliardi di euro di Valore Aggiunto e coinvolge 2,7 milioni di occupati, configurandosi come un motore economico che va ben oltre la sola

funzione distributiva. Se si considerano anche gli effetti attivati sulla manifattura, il contributo complessivo raggiunge 294,5 miliardi di euro, pari a circa il 15% del PIL nazionale, confermando il ruolo del retail come uno degli snodi chiave per la tenuta dei consumi, dell'occupazione e della creazione di valore nel Paese." (Benedetta Brioschi, Partner e Responsabile Food&Retail e Sustainability TEHA Group).

In questo contesto, il modello dei centri commerciali evolve verso una configurazione sempre più orientata a hub esperienziali e di comunità, in controtendenza rispetto alle aspettative di progressiva disintermediazione del retail fisico.

"RE Lab nasce per essere la piattaforma di riferimento per l'intelligence immobiliare in Italia. La prima uscita, dedicata al settore retail, non è casuale; il retail è una delle leve strategiche del nostro Paese, un comparto che merita strumenti di analisi all'altezza della sua complessità e del suo potenziale. Partendo da questo esempio, siamo convinti che RE Lab possa offrire alla community immobiliare una lettura strutturata, oggettiva e orientata alle decisioni, capace di trasformare il dato in vantaggio competitivo reale" conclude Jacopo Palermo, Associate Partner TEHA e Responsabile dell'area Real Estate & Construction.

IL GRUPPO GABETTI

Gabetti Property Solutions, attraverso le diverse linee di business delle società controllate, eroga servizi per l'intero sistema immobiliare, offrendo consulenza integrata per soddisfare esigenze e aspettative di privati, aziende e operatori istituzionali. Proprio dall'integrazione e dalla sinergia di tutti i servizi, emerge il valore aggiunto del gruppo: un modello unico rispetto ai competitor. Il sistema organizzativo di Gabetti Property Solutions consente l'integrazione e il coordinamento delle competenze specifiche di ciascuna società del Gruppo nell'ambito delle seguenti aree: Consulenza, Valorizzazione, Gestione, Intermediazione, Mediazione Creditizia e Assicurativa e Riqualficazione.

CONTATTI UFFICIO STAMPA

SEC Newgate - Tel. 02624999.1

Francesca Brambilla – francesca.brambilla@secnewgate.it – 3386272146

Michele Bon – michele.bon@secnewgate.it – 3386933868

Daniele Pinosa – daniele.pinosa@secnewgate.it – 3357233872