

Analiza Crosspoint Real Estate | Tendințe pe piața retailului de lux. Până în 2030 se estimează ca valoarea pieței să ajungă la 580 miliarde de euro



A cincea ediție a raportului Global Luxury Retail realizat de Savills International, furnizor global de servicii imobiliare, prezintă analiza detaliată a pieței retailului de lux și a inaugurării de noi magazine la nivel mondial, cu accent pe identificarea celor mai atractive oportunități de extindere a magazinelor în următoarele 12-18 luni. Consolidarea sectorului retail de lux evidențiază rezistența acestei nișe la nivel global, piețele emergente și piețele noi fiind cele care pot prezenta unele dintre cele mai interesante oportunități.

În ceea ce privește deschiderea de noi magazine de lux la nivel global, anul trecut, s-a înregistrat o creștere de 11%, piața din China reprezentând 41% din totalul acestora. Cu toate acestea, comparativ cu 2021, s-a înregistrat un declin al deschiderilor noi în China, cauzat de diminuarea încrederii chiriașilor și a închiderii unor spații comerciale. În Europa, în 2022 s-au deschis cu 77% mai multe magazine, decât în anul precedent, Bond Street din Londra fiind una dintre cele mai active piețe, în timp ce Orientul Mijlociu a înregistrat o dublare a cotei sale de piață la nivel mondial, pe acest segment.

Pe piața retailului de lux s-a înregistrat o creștere a activității brandurilor de haine și accesorii, iar companiile producătoare de ceasuri au fost cele care s-au extins pe noi piețe. Marile centre globale au dominat noile deschideri, în special pe piețele mai mici, care beneficiază de un profil specific al clientului și de un număr ridicat de turiști. Și marcele hoteliere de lux s-au extins, îmbunătățind oferta de ospitalitate în aceste orașe. În timp ce pandemia a determinat consumatorii să pună accent mai mult pe experiența, interesul hotelierilor pentru clienții de lux a scăzut, concentrându-se, în schimb, pe piețele de agrement și pe stațiuni.

Potrivit Bain, se așteaptă ca piața globală a retailului de lux să ajungă la o valoare de 580 de miliarde de euro până în 2030, înregistrând o creștere anuală de 5-7%, cu o expansiune totală de peste 50%. În același timp, specialiștii preconizează ca brandurile vor continua să stimuleze creșterea vânzărilor prin intermediul rețelei de magazine proprii, ceea ce ar putea genera mai multe magazine la nivel global.

Pe segmentul retailului de lux se întrevad, de asemenea, noi oportunități de creștere pe piețele emergente și atractive din punct de vedere turistic precum: Vietnam, Thailanda, Arabia Saudita și orașele americane Austin, Scottsdale și West Palm Beach. Asocierea dintre industria ospitalității și retailul de lux generează noi oportunități, cu hoteluri de lux și grupuri de ospitalitate care se extind la nivel global și creează noi destinații pentru magazinele de brand.

Cu toate acestea, disponibilitatea oportunităților pe unele piețe este în scădere, ceea ce duce la creșterea chiriilor în anumite locații peste nivelurile pre-pandemice, ceea ce evidențiază necesitatea unei bune consilieri bazate pe o cunoaștere solidă a pieței și o strategie de dezvoltare bine pusă la punct. Europa Centrală și de Est este una din cele mai puțin dezvoltate piețe pentru retailul de lux, majoritatea țărilor din regiune fiind caracterizate prin lipsa retailului de tip high-street (existența unei strazi sau a unei zone din marile orașe dedicate, unde spațiile comerciale sunt ocupate exclusiv de branduri de lux) cauzat, în mare parte, de existența unui număr foarte mare de mall-uri.

“Deși Calea Victoriei din București s-a conturat în ultimii ani ca fiind o potențială destinație pentru high-street retail, prezența marilor branduri internaționale este limitată, iar profitabilitatea acestor magazine este scăzută în comparație cu media europeană. Numărul mic de turiști comparativ cu restul capitalelor europene este încă un impediment pentru brandurile de lux care ar dori să intre pe piața românească. Ținând cont de dimensiunea pieței este foarte puțin probabil ca marile orașe din România să devină vreodată destinații-cheie pentru clienții retailului de lux. Cu toate acestea, dezvoltarea segmentului rezidențial de lux din ultimii ani, creșterea numărului românilor cu venituri peste medie precum și planurile unor dezvoltatori de a aduce noi branduri de lux în România în următorii ani releva un potențial de expansiune a acestui segment și pe piața românească”, spune **Codrin Matei**, *Principal Partner, Crosspoint Real Estate, asociat al Savills în România*.

De asemenea, studiul evidențiază și oportunitățile de care se pot bucura marile de lux în diferite locații, cum ar fi Bond Street (Londra), Toronto, Vancouver și Montreal. În timp ce proprietarii continuă să ofere stimulente pentru a fi competitivi la nivel global, grupurile de lux mai mici și brandurile independente ajung să devină din ce în ce mai interesate de achiziții. Marile de lux extind spațiile comerciale din piețele de origine pentru a îmbunătăți experiența în magazinele de brand și pentru a-și prezenta întreaga gamă de produse.

Pentru brandurile care și-au îndeplinit strategia de creștere - Madison Avenue din New York și Bond Street din Londra - pandemia a reprezentat un moment oportun, tendința ce a dus la o creștere a numărului de magazine de lux pe strazile orașelor, multe dintre acestea diversificându-și portofoliile, Asia de Sud-Est fiind prima alegere.

Fondată în 2005, Crosspoint Real Estate oferă atât servicii de tranzacționare și consultanță pentru domeniul imobiliar, cât și soluții financiare necesare marilor investitori, pentru toate tipurile de proprietăți: birouri, retail, industrial, terenuri, hoteluri și rezidențial. Crosspoint Real Estate este asociatul internațional Savills în România, una dintre cele mai mari companii de real estate la nivel mondial, fondată în 1855 – cu venituri de peste 2,15 mld GBP generate în 2021.