

8<sup>a</sup><sub>TH</sub>

EDICIÓN  
EDITION

2015

INFORME LOCALES COMERCIALES  
REPORT ON COMMERCIAL PREMISES



A S C A N A

EXPANSIÓN



# ÍNDICE

EDICIÓN 2015

Introducción – información Ascana	3
<hr/>	
<b>EUROPA</b>	
Análisis general, macro y situación económica	4 - 5
Mapa principales ciudades	
Rentas de las principales calles comerciales	6 - 7
<hr/>	
Éxitos Ascana Internacional	8 - 9
<hr/>	
<b>LONDRES</b>	
Visión de zonas	10 - 11
Bond Street	12 - 13
<hr/>	
<b>PARÍS</b>	
Visión de zonas	14 - 15
Rue Saint-Honoré	16 - 17
<hr/>	
<b>LISBOA</b>	
Visión de zonas	18 - 19
Avenida da Liberdade	20 - 21
<hr/>	
<b>MILÁN</b>	
Visión calle por calle	22 - 23
Vittorio Emanuele	24 - 25
Quadrilatero	26 - 27
Via Dante	28 - 29
Corso Buenos Aires	30 - 31
<hr/>	
<b>ROMA</b>	
Visión calle por calle	32 - 33
Via Condotti y Piazza di Spagna	34 - 35
Via del Corso	36 - 37
Via del Babuino	38 - 39
Via Frattina	40 - 41
Cola di Rienzo	42 - 43

<b>MADRID</b>	
Análisis general. Visión calle por calle	44 - 45
Preciados	46 - 47
Serrano	48 - 49
Ortega y Gasset	50 - 51
Gran Vía	52 - 53
Fuencarral	54 - 55
Goya	56 - 57
<hr/>	
Éxitos Ascana en Madrid	58 - 59
<hr/>	
<b>BARCELONA</b>	
Análisis general. Visión calle por calle	60 - 61
Portal de l'Àngel	62 - 63
Paseo de Gràcia	64 - 65
Portaferrissa	66 - 67
Pelai	68 - 69
Rambla de Catalunya	70 - 71
Diagonal	72 - 73
Plaza Catalunya y las Ramblas	74 - 75
<hr/>	
Éxitos Ascana en Barcelona	76 - 77
<hr/>	
Principales indicadores comerciales	78 - 79
<hr/>	
Índice Ascana	80 - 81
<hr/>	
España	82 - 83
<hr/>	
Análisis general	84
<hr/>	
Éxitos Nacionales	85
<hr/>	
Situación económica	86
<hr/>	
Renta principales calles	87

# INDEX

2015 EDITION

Introduction – Ascana information	3
<hr/>	
<b>EUROPE</b>	
General analysis, macro and economic situation	4 - 5
Main cities map	
Main commercial streets rent	6 - 7
<hr/>	
Ascana international successes	8 - 9
<hr/>	
<b>LONDON</b>	
Zones vision	10 - 11
Bond Street	12 - 13
<hr/>	
<b>PARIS</b>	
Zones vision	14 - 15
Rue Saint-Honoré	16 - 17
<hr/>	
<b>LISBON</b>	
Zones vision	18 - 19
Avenida da Liberdade	20 - 21
<hr/>	
<b>MILAN</b>	
Street by street vision	22 - 23
Vittorio Emanuele	24 - 25
Quadrilatero	26 - 27
Via Dante	28 - 29
Corso Buenos Aires	30 - 31
<hr/>	
<b>ROME</b>	
Street by street vision	32 - 33
Via Condotti y Piazza di Spagna	34 - 35
Via del Corso	36 - 37
Via del Babuino	38 - 39
Via Frattina	40 - 41
Cola di Rienzo	42 - 43

<b>MADRID</b>	
General analysis. Street by street vision	44 - 45
Preciados	46 - 47
Serrano	48 - 49
Ortega y Gasset	50 - 51
Gran Vía	53 - 53
Fuencarral	54 - 55
Goya	56 - 57
<hr/>	
Ascana successes in Madrid	58 - 59
<hr/>	
<b>BARCELONA</b>	
General analysis. Street by street vision	60 - 61
Portal de l'Àngel	62 - 63
Paseo de Gràcia	64 - 65
Portaferrissa	66 - 67
Pelai	68 - 69
Rambla de Catalunya	70 - 71
Diagonal	72 - 73
Plaza Catalunya and las Ramblas	74 - 75
<hr/>	
Ascana successes in Barcelona	76 - 77
<hr/>	
Main commercial indicators	78 - 79
<hr/>	
Ascana Index	80 - 81
<hr/>	
Spain	82 - 83
<hr/>	
General analysis	84
<hr/>	
Ascana National successes	85
<hr/>	
Economic situation	86
<hr/>	
Main streets rent	87



# ASCANA

EXPANSIÓN

## 10 AÑOS DE ASCANA / 10 YEARS OF ASCANA

ASCANA, consultora inmobiliaria de expansión e inversión en locales comerciales y hoteles con oficinas en Barcelona, Madrid, París y Milán, celebra en diciembre del 2015 su décimo aniversario.

Han sido 10 años marcados por la consolidación de nuestra relación con los primeros clientes y la incorporación constante de nuevos aliados. Queremos dar nuestro más sincero agradecimiento por su confianza y apoyo a los propietarios de primera línea que han delegado la comercialización de alguno de sus activos más emblemáticos. Ya son más de cien mandatos en exclusiva de algún local en primera línea. Gracias.

Extendemos nuestro agradecimiento a los inversores, los family office privados y los fondos que invierten a través nuestro. Muchos de nuestros principales éxitos son anónimos, por el perfil reservado de nuestros clientes. Gracias.

No olvidamos agradecer a las marcas, la parte más visible de nuestro trabajo. Nuestro corazón y motor como empresa: al grupo L'OREAL, ZADIG & VOLTAIRE, HAVAIANAS, PEPE JEANS Group, ESCADA, VERSACE, SUBDUE, EL GANSO, BRUNELLO CUCINELLI, CARMINA ALBALADEJO, SAGARDI Group, INSIDE, VERITAS y LOUIS VUITTON. Gracias a ellos que han delegado alguna parte de su desarrollo europeo a nuestro equipo y siguen apostando por nuestra manera de trabajar.

Nuestra empresa debe lo que somos a la confianza que nos han brindado cada uno de los interlocutores que hemos tenido en estos diez años. ASCANA se centra en dos líneas paralelas de actuación. Por un lado, representando principalmente a empresas italianas, españolas, y francesas en su desarrollo europeo, y por otro, poniendo su conocimiento al servicio de propietarios e inversores españoles para la compra y gestión eficiente de sus activos en primera línea.

De la voluntad de rigor informativo y del afán por prestar los mejores servicios a sus clientes, nació hace ocho años este informe. Una vez más, este análisis en profundidad plasma sobre papel la experiencia de ASCANA acerca de las últimas tendencias de retail en las principales calles de Europa.

En esta octava edición nos sumergimos en las zonas comerciales de las principales ciudades europeas como Londres, París, Lisboa, Milán y Roma, incluyendo los key plans de las calles estudiadas para ampliar así la información. En ellos aparecen ubicadas las marcas por calles y las entradas, salidas, reformas en los activos e inversiones del 2015. Igual que en las ediciones pasadas, este informe realiza un análisis detallado de la rentabilidad media de las inversiones, las rentas medias por metro cuadrado y otros datos de interés.

*ASCANA, a consultancy specialised in the expansion and investment in commercial premises and hotels and with offices in Barcelona, Madrid, Paris and Milan, celebrates its tenth anniversary in December 2015.*

*These 10 years have been marked by the consolidation of our relationship with our first clients and the constant incorporation of new allies. We would like to give our most sincere thanks to the frontline owners who have delegated the commercialisation of some of their most emblematic assets, for their trust and support. We have now reached over a hundred exclusive firstline operations. Thank you.*

*We would like to extend our thanks to the investors, private family offices and the funds they invest through us. Many of our main successes are anonymous, due to the reserved profile of our customers. Thank you.*

*We must not forget to express our thanks to the brands, the most visible part of our job. The heart and driving force of our company: L'OREAL Group, ZADIG & VOLTAIRE, HAVAIANAS, PEPE JEANS Group, ESCADA, VERSACE, SUBDUE, EL GANSO, BRUNELLO CUCINELLI, CARMINA ALBALADEJO, SAGARDI Group, INSIDE, VERITAS and LOUIS VUITTON. Thank you to those who have delegated part of their European expansion in our team and who continue to believe in our way of working.*

*Our company owes what we are to the trust placed in us by each and every one of the interlocutors we have had during these ten years. ASCANA is focused on two parallel lines of action. On the one hand representing mainly Italian, Spanish and French companies in their European expansion, and on the other, placing our knowledge at the service of Spanish owners and investors for the purchase and efficient management of their assets in frontline.*

*This report was born eight years ago from our wish to provide rigorous information and our desire to give the best services to our customers. Once more this deep analysis reflects on paper ASCANA's experience in relation to the latest retail trends in the main European streets.*

*In this eighth edition we immerse ourselves in the commercial areas of the main European cities such as London, Paris, Lisbon, Milan and Rome, including the key plans of the streets studied in order to expand the information. These show the location of the brands by streets together with the entries, exits, changes in the assets and investments for 2015. As in previous editions, this report carries out a detailed analysis of the average returns on investment, average rents per square metre and other information of interest.*

# EUROPE

• Stockholm

## EL MERCADO DEL RETAIL EN LAS PRINCIPALES CALLES DE EUROPA EN 2015 / THE RETAIL MARKET ON EUROPE'S MAIN STREETS IN 2015

Europa ha vivido un año convulso a nivel político y económico. La posible salida de Grecia del euro, el futuro referéndum del Reino Unido sobre su permanencia en la UE, el lento avance de las reformas estructurales en algunos países y el riesgo de deflación, son algunas de las causas que han afectado a la salud del continente. Pero aún así, las previsiones del FMI son positivas aunque prudentes. La Eurozona crecerá moderadamente este año, llegando al 1,5%, en especial gracias al repunte del consumo y al hecho de que los países más dañados como Portugal, Italia o España, parecen que se afianzan en la senda de la recuperación.

El sector del retail se ha visto así beneficiado de la cara más saludable de la economía europea y sigue en expansión. Londres encabeza la lista de ciudades más suculentas para los inversores internacionales, seguida de cerca por París, Moscú, Milán o Madrid, y mantiene su posición de liderazgo a nivel del retail de lujo gracias sobre todo a Bond Street. Aunque la bajada en la facturación del turismo ruso ha afectado negativamente a una parte de este sector del retail.

París, por su parte, despunta con unas rentas muy elevadas, llegando a máximos de 18.000€/m<sup>2</sup> al año gracias a su emblemática Champs-Élysées. Pero por lo que respecta al crecimiento de estas, tanto la capital francesa como otros referentes del retail como Madrid o Barcelona, presentan cierta moderación. Al contrario de lo que sucede en ciudades como Milán o Roma, que este año estallan con unos crecimientos de las rentas inauditos, llegando a niveles del 16% y el 14% respectivamente.

En este informe se muestra la tabla actualizada de las rentas medias por metro cuadrado y la evolución de las rentas de las calles comerciales más importantes de Europa. Como ejemplo de esta radiografía, este año hemos analizado Bond Street en Londres, Saint Honoré en París y Avenida Liberdade en Lisboa, además de Milán, Roma, Madrid y Barcelona, donde entramos más en detalle para captar la actualidad de las principales calles comerciales.

*Europe has been through a turbulent year politically and economically. A potential Greek exit from the euro, the future referendum on the UK's continuing membership in the EU, the slow progress on structural reforms in some countries and the risk of deflation are some of the factors that have affected the health of the continent. Even so, IMF forecasts are cautiously optimistic. The eurozone will see moderate growth of up to 1.5% this year, due in particular to a rise in consumption and to the fact that the most damaged countries, such as Portugal, Italy and Spain, now seem to be well on the path to recovery.*

*The retail sector has benefited from the healthier side of the European economy and continues to expand. London tops the list of the most succulent cities for international investors, closely followed by Paris, Moscow, Milan and Madrid. It has also retained its leadership in luxury retail thanks in great measure to Bond Street, though the drop in purchases from Russian tourists has had a negative impact on part of this retail sector.*

*Paris is meanwhile shooting above average, with maximum rents of €18,000 per square metre on the emblematic Champs-Élysées. Still, with respect to rental rates, the French capital and other retail benchmarks like Madrid or Barcelona, are showing moderate rises. In contrast to what is happening in cities like Milan or Rome, that this year explode with unprecedented rent increases, reaching levels of 16% and 14% each.*

*This report features an updated table of the average rents per square metre and the evolution in rental rates on Europe's most important shopping streets. This year, for instance, we have analysed Bond Street in London, Rue Saint-Honoré in Paris and Avenida Liberdade in Lisbon as well as Milan, Rome, Madrid and Barcelona, which we examine in more detail to understand the current state of the major shopping streets.*



# EUROPA / EUROPE

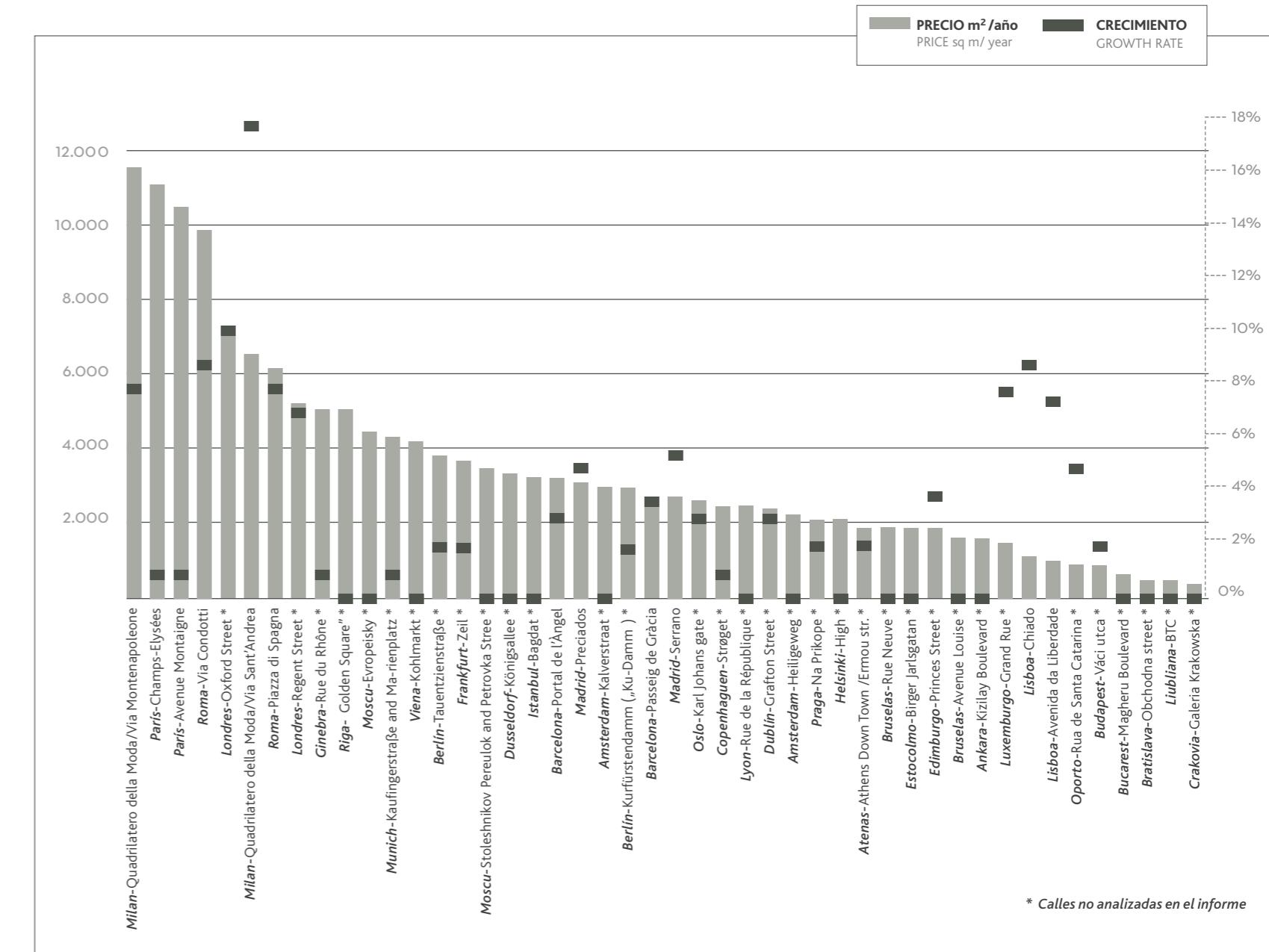
RENTAS 2015 PRINCIPALES CALLES COMERCIALES INTERNACIONALES  
2015 RENTAL RATES FOR THE MAIN INTERNATIONAL COMMERCIAL STREETS

CIUDAD CITY	CALLE STREET	€/m <sup>2</sup> /AÑO €/sq m/YEAR
Milan	Via Montenapoleone	11.500
Paris	Champs-Elysées	11.000
Paris	Avenue Montaigne	10.400
Rome	Via Condotti	9.810
London	Oxford Street *	7.250
Milan	Via Sant'Andrea	6.490
Rome	Piazza di Spagna	6.100
London	Regent Street *	5.145
Geneva	Rue du Rhône *	5.000
Moscow	Evrpeisky *	4.420
Munich	Kaufingerstraße and Ma-rienplatz *	4.380
Vienna	Kohlmarkt *	4.200
Berlin	Tauentzienstraße *	4.000
Frankfurt	Zeil *	3.720
Moscow	Stoleshnikov Pereulok and Petrovka Street *	3.500
Dusseldorf	Königsallee *	3.300
Istanbul	Bagdat *	3.240
Barcelona	Portal de l'Àngel	3.180
Madrid	Preciados	3.120
Amsterdam	Kalverstraat *	3.000
Berlin	Kurfürstendamm („Ku-Damm“) *	3.000
Barcelona	Passeig de Gràcia	2.760
Madrid	Serrano	2.760

CIUDAD CITY	CALLE STREET	€/m <sup>2</sup> /AÑO €/sq m/YEAR
Oslo	Karl Johans gate *	2.650
Copenhague	Strøget *	2.500
Lyon	Rue de la République *	2.500
Dublin	Grafton Street *	2.400
Amsterdam	Heiligeweg *	2.250
Prague	Na Prikope *	2.180
Helsinki	High street district *	2.160
Athens	Athens Down Town /Ermou str. *	1.920
Brussels	Rue Neuve *	1.920
Stockholm	Birger Jarlsgatan *	1.910
Edinburgh	Princes Street *	1.837
Brussels	Avenue Louise *	1.700
Ankara	Kizilay Boulevard *	1.590
Luxemburgo	Grand Rue *	1.550
Lisbon	Chiado	1.176
Lisbon	Avenida da Liberdade	1.032
Oporto	Rua de Santa Catarina *	970
Budapest	Váci utca *	960
Bucharest	Magheru Boulevard *	720
Bratislava	Obchodna street *	600
Ljubljana	BTC *	540
Krakow	Galeria Krakowska *	480

# EUROPA / EUROPE

RENTAS 2015 PRINCIPALES CALLES COMERCIALES INTERNACIONALES  
2015 RENTAL RATES FOR THE MAIN INTERNATIONAL COMMERCIAL STREETS



\* Calles no analizadas en el informe

# LONDON

## CIFRAS RÉCORD DE INVERSIÓN / RECORD INVESTMENTS

Londres es considerada la capital de Europa. Todos los fondos inversores, todas las marcas internacionales y los grandes family offices quieren tener su pieza inmobiliaria en la ciudad y pese a que el referéndum sobre la posible salida de la UE está al caer, los inversores extranjeros siguen apostando fuerte por la capital británica, animados por unos datos macroeconómicos muy positivos. El sueldo medio se incrementa a un ritmo que no se veía desde hace años y la tasa de paro sigue una tendencia decreciente, dibujando un marco perfecto para que el consumo per cápita haya podido florecer con facilidad y sin interrupciones durante más de 15 trimestres consecutivos. Un canto de sirena para la inversión, que este año bate récords, superando los 11.000M€, una cifra sin precedentes en los últimos ocho años. Todo ello ayuda a que el sector del retail siga creciendo con paso firme y la prueba es que sus ventas siguen incrementándose, este año en un 4,6%.

Así, Londres late con fuerza como uno de los principales corazones de Europa y sigue consolidándose como destino preferido para los inversores internacionales, tirando de la locomotora económica británica a muchos niveles. Y es que el potencial londinense no tiene parangón y tanto las marcas de lujo como las más destacadas del mass market, luchan por hacerse un lugar en esta gran urbe, con Central London como una de las zonas más cotizadas, en parte por la enorme afluencia de turistas que recorren a diario sus arterias principales. La creciente demanda combinada con una disponibilidad limitada, empuja las rentas al alza, con Covent Garden y Bond Street como epicentros de la zona prime, mostrando máximos por encima de los 2.000€/m<sup>2</sup> en la Zona A, que es como se define el valor de la superficie de la entrada de los locales. La rentabilidad, en cambio, sigue la dirección contraria, con una tendencia a la baja que empezó en 2013.

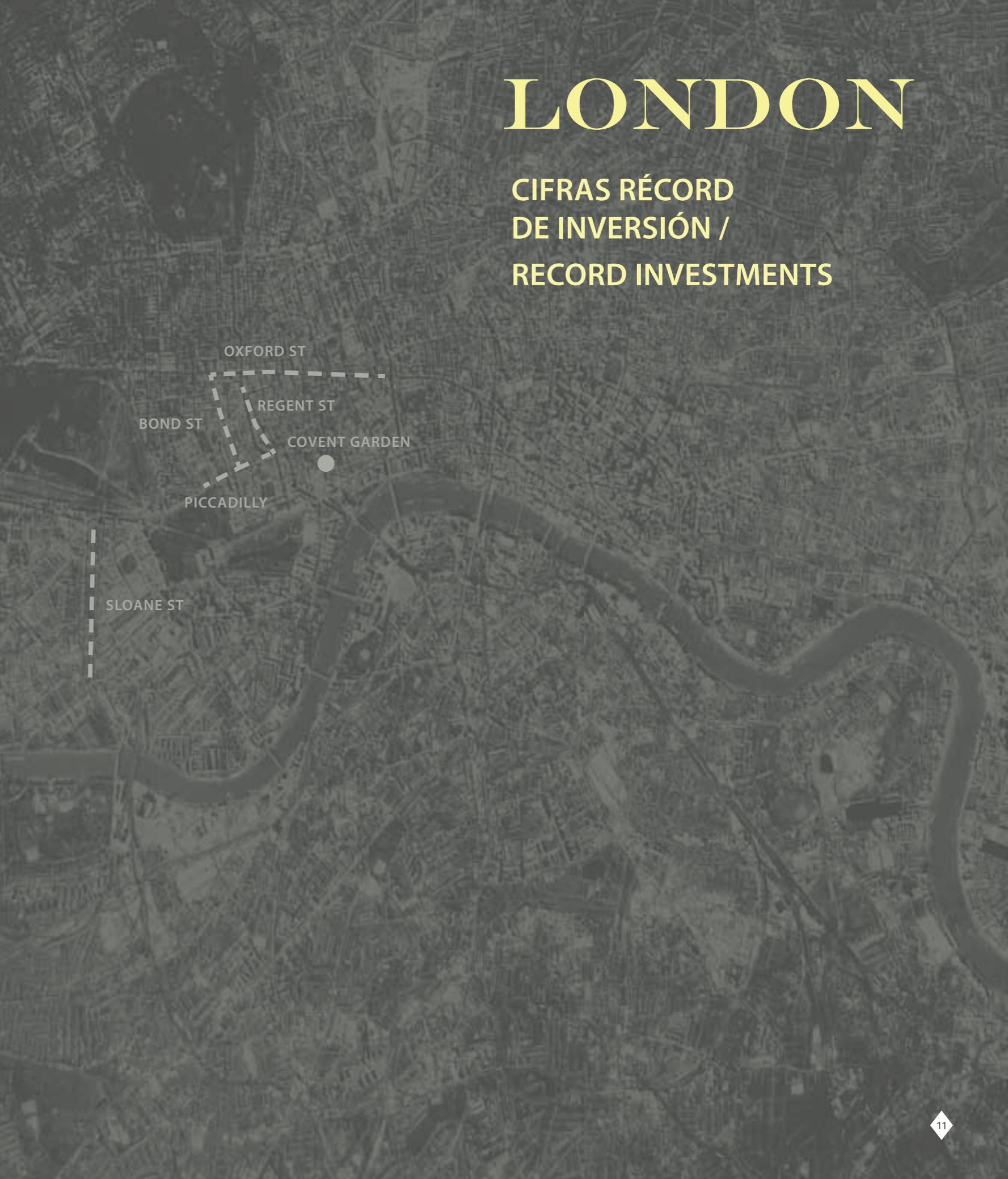
Por todo ello, Central London sigue consolidándose como un valor al alza, acercándose cada vez más al estilo de ciudades como Nueva York, conformada por una serie de zonas de retail de lujo, cada una de ellas con un carácter y una personalidad específicas.

ZONA ÁREA	CALLE STREET	RENTA MEDIA ANUAL AVERAGE ANNUAL RENT	EVOLUCIÓN DE RENTAS 2015 RENTS EVOLUTION 2015	APERTURAS OPENINGS
CENTRAL LONDON	Bond Street	22,560 €	12%	Valentino, De Grisogono (reubicación), Victoria's Secret
	Covent Garden	16,847 €		
	Oxford St	15,040 €		
	Sloane St	13,010 €		
	Regent St	11,676 €		
	Brompton Rd	10,064 €	6.5%	Stefanel, Claudio Perlot, Mariage Frères, Edwin, Flat Iron, Jo Malone, Michael Kors, North Face, Moleskine, Swatch, Boux Avenue
	Kings Road	7,423 €		
	Carnaby St	4,865 €		
	Piccadilly	4,726 €		
	Kensington St	4,337 €		

*London is seen as the capital of Europe. Every investment fund, every international brand and all the major family offices want to have their piece of real estate in the city, and even though the referendum on the UK's potential departure from the EU is around the corner, foreign investors continue to place great faith in the British capital, encouraged by highly positive macroeconomic data. The average salary is increasing at a rate not seen for years, and unemployment is on a downward trend, setting the perfect stage for per capita consumption to rise for 15 straight quarters. That is a siren call for investment, which this year exceeds a record-breaking €11 billion, an amount unprecedented over the past eight years. All this is helping the retail industry to grow steadily, which is evidenced by the fact that sales continue to increase, up 4.6% this year.*

*With all this, London is beating strongly as one of the major hearts of Europe and continues to consolidate its position as a preferred destination for international investors, pulling along the British economic locomotive at many levels. At present, London's potential is unmatched, and both luxury brands and major mass-market retailers are all fighting for a place in this big city. Central London is one of the most sought-after areas, due in part to the throngs of tourists that visit its major streets day after day. The combination of this growing demand and limited availability is driving up rents, with Covent Garden and Bond Street as the epicentres of the prime area. Maximums exceed €2,000 per square metre in Zone A, which is how the value of floor space in the entrance of the premises is defined. Profitability, however, is moving in the opposite direction, trending downward since 2013.*

*Thus, Central London is becoming more and more valued, drawing closer and closer to the style of cities like New York, composed of a series of luxury retail areas, each with its own unique character and personality.*





# BOND STREET

RECLAMO POR EXCELENCIA DEL RETAIL DE LUJO /  
THE QUINTESSENTIAL LURE FOR LUXURY RETAIL

Situada en el West End de Londres, dentro del exclusivo barrio Mayfair, Bond Street es la joya de la corona londinense. El lujo, la moda y el arte se dan cita en esta calle desde que en sus orígenes en el s.XVIII ya se constituyera como el hogar de la alta sociedad y de las personas más influyentes del país. Grandes marcas como Ralph Lauren, Hermès o Cartier hace años que apostaron por ella, junto con casas de subastas tan prestigiosas como Sotheby's, que lleva más de un siglo situada allí y que en sus veladas reúne a la gente con más poder adquisitivo del mundo.

Así, Bond Street sigue siendo el puntal de Central London, gran reclamo de las marcas de lujo a nivel internacional, y sus rentas crecen con intensidad este año, a un ritmo del 12% anual, impulsadas por una disponibilidad limitada y una alta demanda, rozando los 1880€/m<sup>2</sup> de media en la Zona A y llegando a máximos de más de 2.000€/m<sup>2</sup>. Hecho que incrementa también la cantidad de dinero que se paga por los traspasos.

Marcas como Valentino (39), Victoria's Secret (116-117) o De Grisogono(15) entran en la calle en el presente ejercicio y algunas de ellas lo hacen en el tramo más valorado, en la parte central, enmarcado por Louis Vuitton y Tiffany & Co.

Por otro lado, este año también se ha caracterizado por la reestructuración integral de edificios, como ha sido el caso de Bulgari, Dior o Chanel, y ha estado marcado por el cierre de un proyecto que albergará una nueva estación de tren en el número 65 y que empezará en el 2016.

Así que todo apunta a que Bond Street sigue en plena efervescencia y que cada año apuntala su posicionamiento con más intensidad.

*Located in the exclusive Mayfair district of the city's West End, Bond Street is the jewel in London's crown. Luxury, fashion and art all come together on this street, which since its early days in the 18th century has been a home for the country's high society and most influential people. Big brands like Ralph Lauren, Hermès and Cartier have been present there for years, along with prestigious auction houses like Sotheby's, which has called the street home for more than a century and whose soirées bring in the individuals with the most purchasing power in the world.*

*As such, Bond Street continues to be the mainstay of Central London and a major point of attraction for international luxury brands. Its rents are growing at a brisk annual rate of 12% this year, driven by limited availability and high demand, with average rates at €1,880 per square metre at Zone A and maximums of over €2,000 per square metre. This fact also increases the amount of money paid for transfers.*

*Brands like Valentino (39), Victoria's Secret (116-117) and De Grisogono (15) are establishing a presence on the street this year, some in the most valuable centre section framed by Louis Vuitton and Tiffany & Co.*

*The year has also been characterised by a comprehensive restructuring of buildings, such as with Bulgari, Dior and Chanel, and was marked by the closure of a project that will house a new train station at number 65 and will begin in 2016.*

*All signs indicate that Bond Street is still in full swing and is shoring up its position more and more every year.*

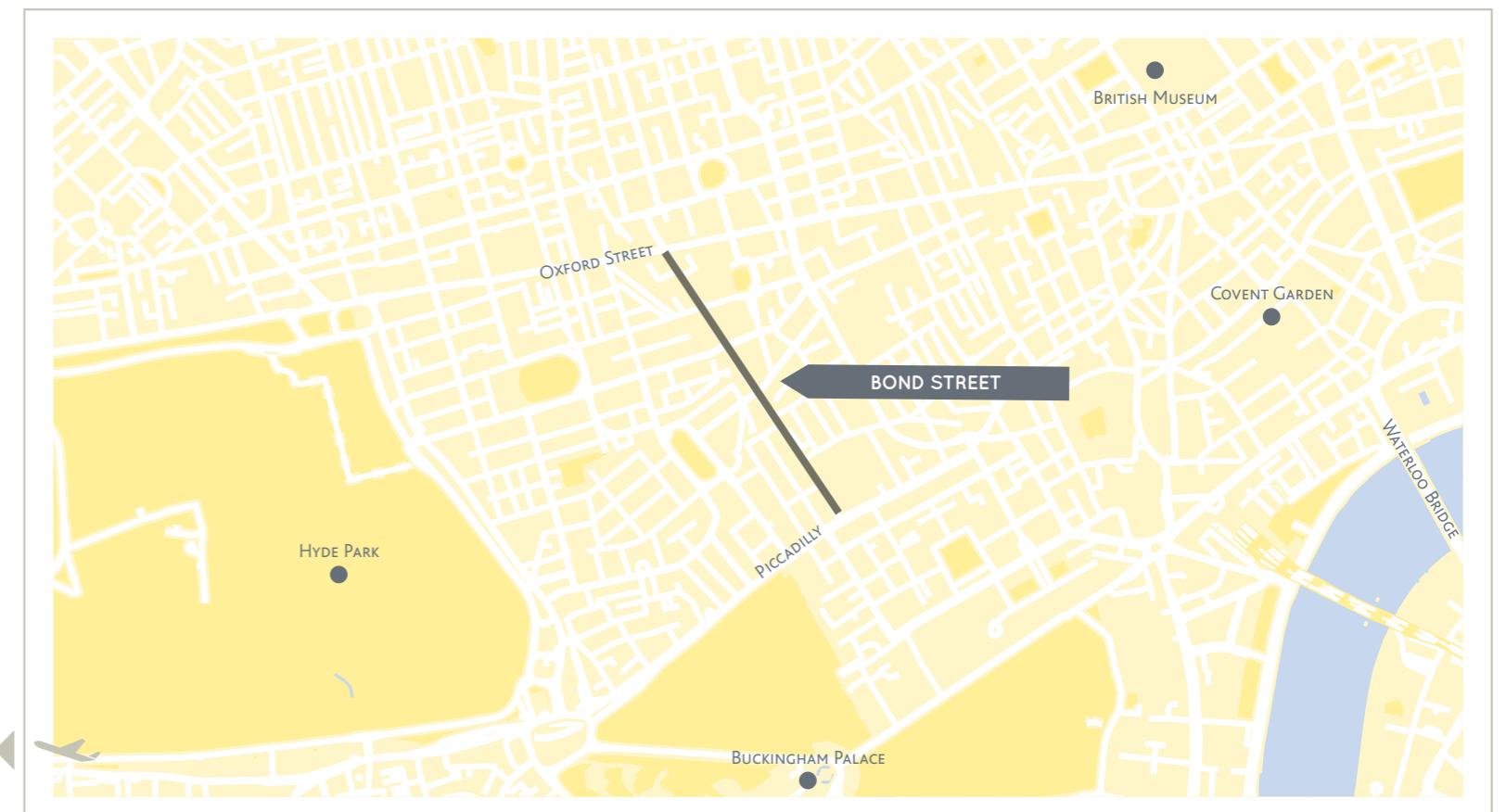
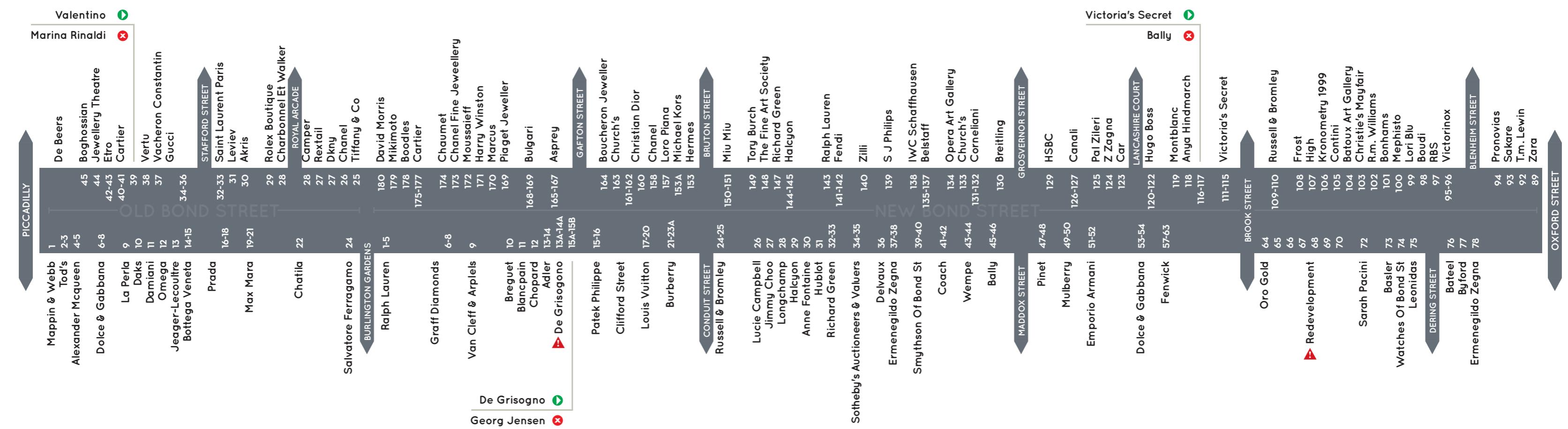
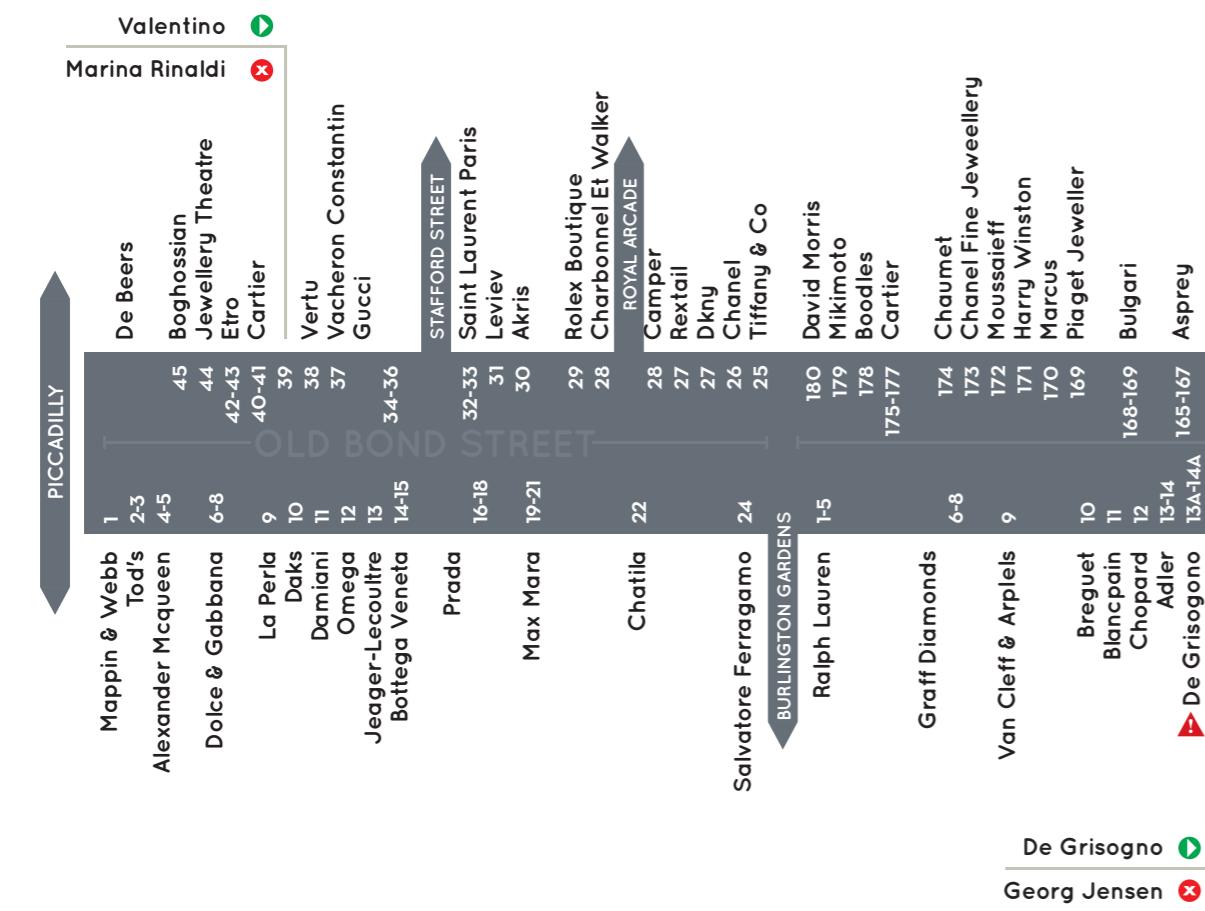
RENTA ANUAL M <sup>2</sup> ANNUAL RENT PER SQ M	OPERACIONES OPERATIONS	NUEVAS MARCAS NEW BRANDS	RENTABILIDAD PROFITABILITY
22.560€	3	1	2.5%

[ Referencias comerciales / Commercial references: Louis Vuitton, Chanel, Prada, Dior, Gucci, Harry Winston, Tiffany & Co ]

RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N PREMISES	APERTURAS OPENINGS	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
22.560€	25.020€	136	3	2,5%	0,74%

#### BOND STREET- TRAMO ÚNICO / SINGLE SECTION

- MARCA ENTRANTE / INCOMING BRAND
- MARCA SALIENTE / OUTGOING BRAND
- ⚠ REFORMAS / REFURBISHMENTS



# LISBON

## UN BUEN AÑO / A GOOD YEAR

Portugal continua sus reformas económicas y ese esfuerzo empieza a dar sus frutos. Su economía despegó por fin, aunque los estragos de la crisis siguen presentes todavía. Según datos de la Comisión Europea, el PIB crecerá un 1,6% en 2015, así que continúa la onda expansiva y los claros signos de mejora, que ya se empezaron a intuir el año pasado, son cada vez más evidentes, sobre todo gracias a las exportaciones. Se anima también el consumo interno, con una tendencia al alza que no se veía desde el 2012 y que revierte en el dinamismo del mercado.

El turismo, que crece con intensidad, es otra de las grandes bazas de la economía lusa. Este año le reporta 10.300M€, sobre todo en lo que se refiere a pernoctaciones de turistas extranjeros. Y es que Portugal, y en especial Lisboa, están de moda y se han llegado a convertir en una de las principales destinos turísticos a nivel europeo. Aunque sin duda continúan siendo los turistas angoleños y cabo verdianos los que más consumen en sus visitas reiteradas a la capital lusa.

### Eclosión inversora

Todos estos datos positivos hacen que el mercado de retail mejore, expandiéndose cerca de un 2% respecto al 2014, un dato que hace que las rentas de los locales suban y que la rentabilidad para el inversor caiga. Así, la confianza de los inversores se refuerza y se ve reflejada tanto en los niveles de actividad como en los volúmenes. Este año, un 73% de la inversión extranjera ha ido a recaer en el sector del retail, con Chiado y Avenida Liberdade como principales beneficiados. El apetito de los inversores internacionales empieza a centrarse en tiendas de más grande formato, por eso alrededor de un 80% de las operaciones han tenido lugar en locales de entre 100m<sup>2</sup> y 500m<sup>2</sup>.

En Chiado, cosmopolita y trendy por excelencia, con ese toque majestuoso y decadente a la vez, las rentas se incrementan un 5,7% y llegan a los 98€/m<sup>2</sup>, con la entrada de marcas como New Balance, Tiger o Pull & Bear, que se traslada a un local más grande.

Avenida Liberdade no se queda atrás, gracias a una eclosión en la inversión inmobiliaria que ha contribuido a mejorar mucho los edificios de la calle y, en consecuencia, a aumentar la renta media anual un 6%, rozando los 86€/m<sup>2</sup>. Este año cinco edificios de nueva promoción con sus respectivos locales comerciales se suman al tejido comercial de la calle de lujo de Lisboa.

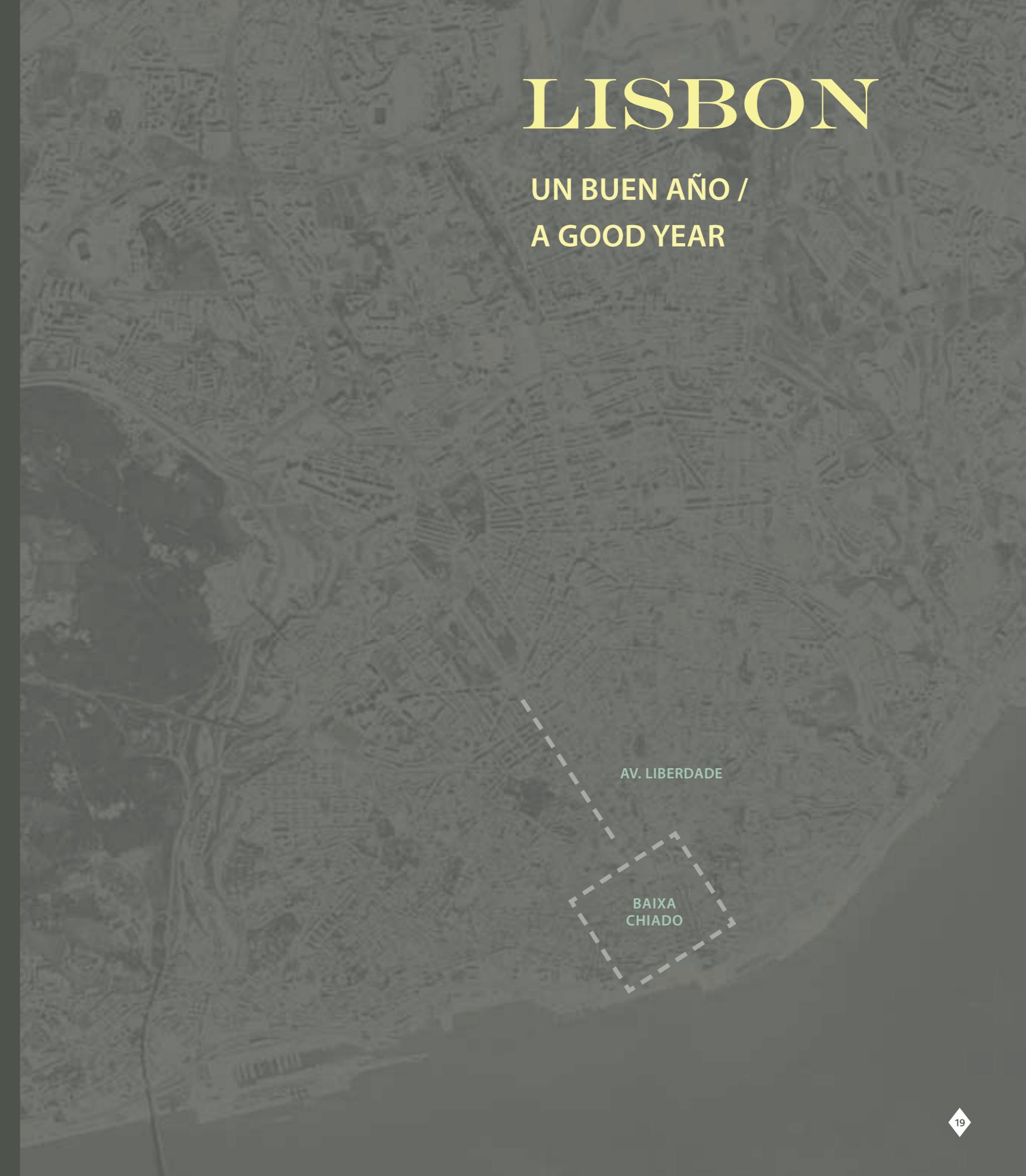
ZONA AREA	RENTA MEDIA ANUAL AVERAGE ANNUAL RENT	EVOLUCIÓN DE RENTAS 2015 RENTS EVOLUTION 2015	APERTURAS OPENINGS
BAIXA / CHIADO	1.176€/M <sup>2</sup>	5,7%	Pull & Bear, Tiger, New Balance
AVENIDA LIBERDADE	1.032€/M <sup>2</sup>	6%	Porsche Design (reubicación), Lacoste, Rimowa (reubicación), Ermenegildo Zegna, Bulgari, Versace, Boutique Dos Relogios Plus

### Booming investment

The sum of these positive data has led the retail market to improve, expanding nearly 2% compared to 2014 and causing rents for retail premises to rise and investor returns to fall. This reinforces investor confidence, which is evident in both activity levels and volumes. This year, 73% of foreign investment has gone into the retail sector, with Chiado and Avenida Liberdade as the main beneficiaries. The appetite of international investors is moving towards larger-format stores, and as such, around 80% of transactions were in premises of 100 to 500 square metres.

In Chiado, an area trendy and cosmopolitan par excellence that is both majestic and decadent at the same time, rents have gone up 5.7% to €98 per square metre with the arrival of brands like New Balance, Tiger and Pull & Bear, which is moving to larger premises.

Avenida Liberdade is steaming forward thanks to a boom in real estate investment that has helped improve many buildings on the street, increasing the average annual rent by 6% to nearly €86 per square metre. This year, five new buildings with their respective retail premises are joining the retail activity on Lisbon's luxury street.



# AVENIDA LIBERDADE

INVERSIÓN INMOBILIARIA /  
REAL ESTATE INVESTMENT

Avenida Liberdade es el principal reclamo de Lisboa para las marcas de lujo. Concebida en el s.XIX como los Champs Élysées de Portugal, representa la elegancia en persona. En ella se alzan los principales hoteles de 5 estrellas de la ciudad y las grandes oficinas, además de tiendas de marcas tan prestigiosas como Cartier, Prada o Louis Vuitton. Es así, una de las zonas más cotizadas de la ciudad en el mercado del retail.

Los últimos años de reformas y la entrada de Cartier y Max Mara han dado sus frutos, actuando como imán para otras marcas y revalorizando la zona norte de la Avenida. Por eso este año se ha erigido como la niña bonita de la inversión inmobiliaria, mejorando así notablemente su aspecto. De ahí que el 2015 se haya convertido en el primer año de crecimiento real de las rentas, con un aumento del 6%, en comparación con el año anterior, consagrándose así como una de las calles con más proyección de la zona prime de la capital lusa. El precio por metro cuadrado se sitúa alrededor de los 86€ y la renta máxima llega a los 116,7€.

Han sido más de siete las operaciones que se han llevado a cabo en 2015, sobre todo por parte de marcas internacionales de reconocido prestigio como Porsche Design(236), que se ha trasladado hacia arriba y su antiguo local lo ha alquilado Lacoste (38). Ermengildo Zegna, uno de los referentes en moda masculina de alto nivel, también se ha movido este año, al 177, un local más grande dentro de la misma Avenida. Bulgari (238) y Versace(238) por su parte ya han firmado para abrir nuevas tiendas en el 2016, reforzando el prestigio de esta zona con un gran potencial y muy buenas expectativas, que se espera que se traduzcan en un aumento de la facturación para posteriores ejercicios.

*Avenida Liberdade is Lisbon's main point of attraction for luxury brands. Conceived in the 19th century as the Champs-Élysées of Portugal, it is the incarnation of elegance. The street is home to the city's main five-star hotels, major offices and the shops of prestigious brands like Cartier, Prada and Louis Vuitton, making it one of the most desirable areas of the city in the retail market.*

*Reform work in recent years and the arrival of Cartier and Max Mara have paid off, attracting other brands and appreciating the value of the northern portion of the avenue. For this reason, it has become the darling of real estate investors this year, greatly improving its appearance. This has made 2015 the first real year of growth in rents, with an increase of 6.1% over the prior year, firmly establishing itself as one of the most promising streets in the prime area of Lisbon. The price per square metre is approximately €87.50, with the maximum being €116.70.*

*More than seven operations were carried out in 2015, especially by prestigious international brands like Porsche Design (236), which moved up the street, its former premises now rented by Lacoste (38). Ermengildo Zegna, one of the leader's in premier men's fashion, also moved this year, occupying number 177, a larger establishment along the same avenue. Bulgari (238) and Versace (238) have both signed agreements to open new shops in 2016, reinforcing the area's prestige with great potential and excellent expectations, which will hopefully translate into an increase in turnover in subsequent years.*

RENTA ANUAL M <sup>2</sup> ANNUAL RENT PER SQ M	OPERACIONES OPERATIONS	NUEVAS MARCAS NEW BRANDS	RENTABILIDAD YIELD
1.032€	9	4	5,25%

[ Referencias comerciales / Commercial references: Louis Vuitton, Prada Gucci, Hugo Boss, Rosa&Teixeira ]

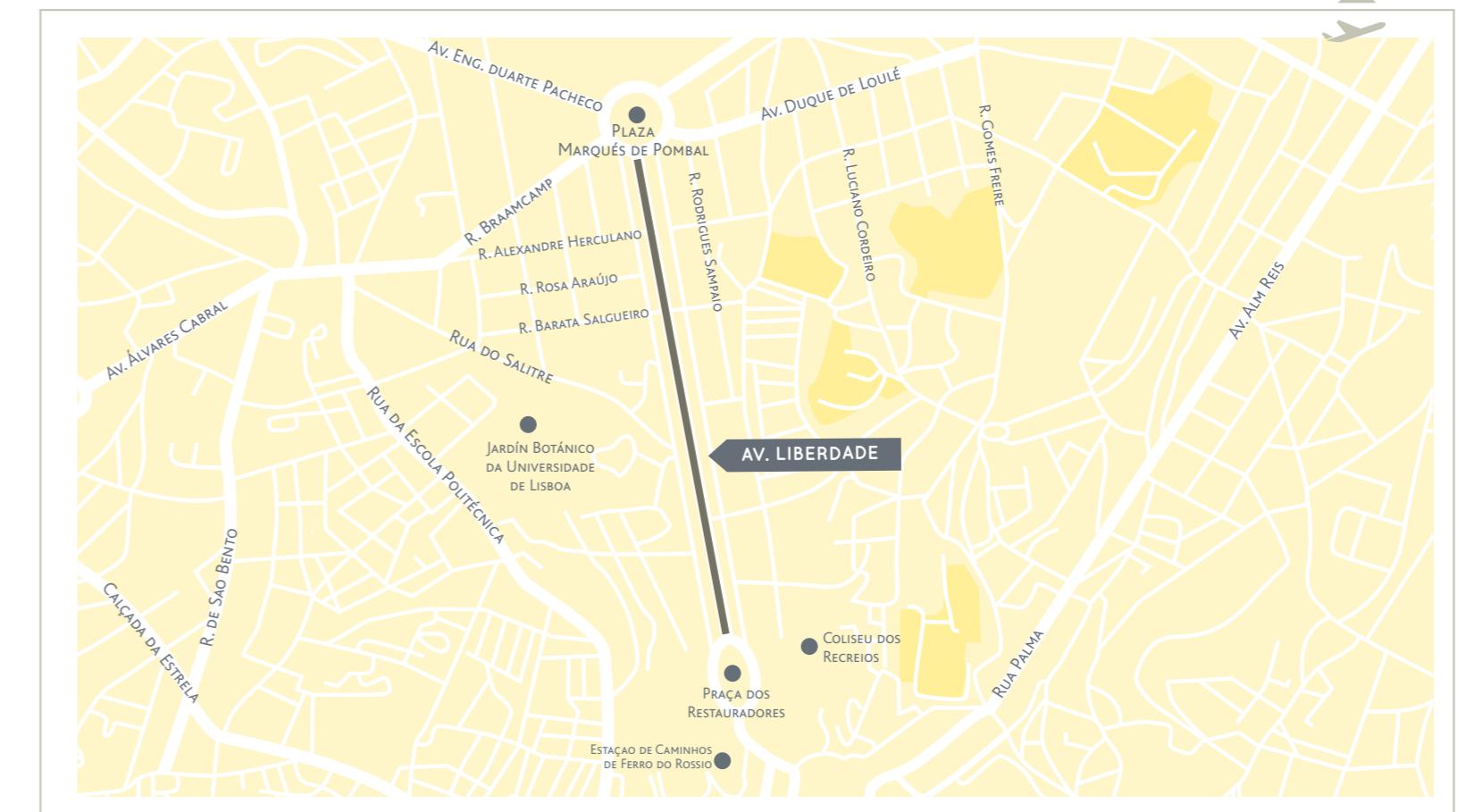
### Plaza Marqués de Pombal

Luis Onofre	247	264	Diario De Notícias
Fancy	247	258	Le Salón Cabelareiro
Hotel Marqués de Pombal	243	252	Trussardi
Torres Joalheiros	225	238	Marina Rinaldi
RUA ALEXANDRE HERCULANO	242	244	Juliana Herc
Max Mara	233	240	Pastelaria Marques de Pombal
Banco Santander	227	238	Vilebrequin
Fendi Casa Collection	224	230	Tumi
RUA ROSA ARAÚJO	236	236	Porsche Design
Loewe	185	206	Fly London
Brasserie Flo	185	196E	Deutsche Bank
RUA BARATA SALGUEIRO	222	BBVA	Emporio Armani
Tivoli Hotel	185	206	Prada
Cinema São Jorge	175	196	Rosa & Teixeira
Hugo Boss	169	194	Burberry
Aristocrazy Joyas	163	194	Furla
Cervejaria Ribadouro	155	192	Timberland
RUA DO SALITRE	177A	196	Fashion Clinic
Hackett	151	190	Longchamp
Hugo Boss	141	190	Louis Vuitton
Boutique dos Relógios Plus	129	180	Jogos
RUA MANUEL JESUS COELHO	177A	194	Escada
Avenue Bar Enoteca	129B	162	RUA DA ESCOLA POLITÉCNICA
Dora Jewels	127	160	Histoire d'Or
Sofitel	127	150	Abreu Viagens
Adlib Restaurante	127	150	Purificación García
Pasteleria Pomarense	117	144	Carolina Herrera
Foreva	113	138	Machadas
Mont Blanc	111	136A	Baby Liberdade
Gilles Fine Jewellery	103	110	Delta Q
RUA DAS PRETAS	101	108	The Fontana Cruz Hotel
Edificio nuevo -2 locales-	71	102	A. Lange & Söhne
Officine Panerai	69B	92	André Ópticas
David Rosas	69A	88	Massimo Dutti
RUA DA CONCEIÇÃO DA GLÓRIA	38H	38H	Michael Kors
RUA DA CONCEIÇÃO DA GLÓRIA	38	38	Stivali
COS	67C	36	Maria João Bahia
Rosa Clará	63	12	Zadig & Voltaire
RUA DA CONCEIÇÃO DA GLÓRIA	38	20	Elisabetta Franchi
RUA DA CONCEIÇÃO DA GLÓRIA	38	28	Gant
RUA DA CONCEIÇÃO DA GLÓRIA	38	28	Penhalta
RUA DA CONCEIÇÃO DA GLÓRIA	38	20	Heritage Hotel
RUA DA CONCEIÇÃO DA GLÓRIA	38	20	Tabacaria Turista
RUA DA CONCEIÇÃO DA GLÓRIA	38	2	Rock Shop - Hard Rock

● MARCA ENTRANTE / INCOMING BRAND  
✖ MARCA SALIENTE / OUTGOING BRAND

### AVENIDA LIBERDADE - TRAMO ÚNICO / SINGLE SECTION

RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N PREMISES	APERTURAS OPENINGS	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
1.032€	1.400,4€	92	9	5,25%	2,17%



La economía italiana ha mostrado síntomas de recuperación durante los primeros trimestres de 2015 y en Milán, principal motor económico del país, este crecimiento se ha notado con más fuerza. A los diversos eventos de referencia internacional que se dan cita cada año en esta ciudad, como la semana de la Moda de Milán, se suma este año la Expo, gran acontecimiento mundial que ha hecho vibrar la economía lombarda. Los años previos a esta importante cita, se han visto marcados por trabajos de mejora en las infraestructuras de transporte de la ciudad y sus alrededores, lo que ha dinamizado el movimiento en la urbe. En 2015, la inauguración de La Expo ha intensificado la afluencia de turistas y se estima que cuando esta finalice habrán pasado por Milán cerca de 20 millones de visitantes, dejando un rastro notable en la ocupación hotelera, que ha crecido un 19% en julio y un 49% en agosto respecto al mismo periodo del año anterior.

Pero lo que destaca sin lugar a dudas este año es la explosión que se ha vivido en el mercado del retail. De todas las ciudades analizadas en este informe, Milán se desmarca sobradamente en el plano del crecimiento de rentas, con un incremento del 16%, algo inaudito que cuadriplica los datos del 2014. Una subida de precios que explica el descenso de la rentabilidad, con una bajada de cerca de un 0,5%.

De esta manera, se comprueba claramente que tanto las marcas de lujo como las del mass market siguen compitiendo intensamente por conseguir introducirse en las calles más importantes de la que es considerada como la capital de la moda. Eso mantiene la disponibilidad de locales bajo mínimos. Por otro lado, la tipología de los contratos en Italia hace que en un mercado de mucha demanda como es el milanés, los "contratos de locazione" sean mucho menos comunes que los "affitto di ramo di azienda".

Continua como referencia en el mundo del lujo la Galería Vittorio Emanuele y el "Quadrilatero de la Moda", formado por el perímetro (y parte de sus alrededores) que delimitan las calles Via Montenapoleone, Via della Spiga, Corso Venezia y Via Manzoni.

Asimismo, destaca la fortaleza comercial de Corso Vittorio Emanuele, referencia indiscutible de la ciudad para la implantación de marcas ajenas al lujo.

El crecimiento del turismo mejora cada año la calidad arrendaticia de Via Dante. Por otro lado, Corso Buenos Aires y Via Torino se afianzan como referencia de la gama media con importantes aperturas como los flagships stores del grupo Terranova, Nike, AW Lab, Alcott y Lushs. Así, se está consolidando como nicho para marcas nuevas o con un público objetivo más alternativo.

Porta Nuova, nuevo eje que prolonga las zonas comerciales de Corso Garibaldi, Brera y sobre todo Corso Como, es una zona en pleno auge, con entradas recientes de firmas de la talla de Christian Louboutin en calle Vicenzo Capelli. Sin duda la apertura de Eataly y del flagship store de Replay son referencia para el consumo local.

ZONA AREA	CALLE STREET	RENTA MEDIA ANUAL AVERAGE ANNUAL RENT	EVOLUCIÓN DE RENTAS 2015 RENTS EVOLUTION 2015	APERTURAS OPENINGS
VITTORIO EMANUELE		11.210 €	18%	<i>Intimissimi, H&amp;M, Mango, Tezenis, Benetton</i>
QUADRILATERO	Montenapoleone	11.500 €	8%	<i>Merchesi, Panerai, Simonetta Ravizza</i>
	Sant Andrea	6.490 €	18%	<i>Givenchy, Chiara Boni</i>
	Via della Spiga	4.750 €	0%	<i>Ermanno Scervino, Marco Bisego, Akris</i>
	Corso Venezia	4.725 €	5%	<i>Zara Home, Roy Rogers, TTBagatt</i>
	Via Manzoni	3.180 €	6%	<i>7 for all mankind, Antonio Croce, Otto d'Ame, Giorgio Grati</i>
VIA DANTE		5.265 €	17%	<i>Moleskine, Silvana Heach, Nau</i>
CORSO BUENOS AIRES		2.500 €	9%	<i>Vans, Kipling, UPIM, Police, Tresse</i>

*The Italian economy has shown signs of recovery during the first quarters of 2015 and in Milan, the country's main economic driving force, this growth has been noted even more so. This year the city has to add to the different international reference events taking place there each year, such as the Milan Fashion Week, the Expo, a great world event which has made the Lombardy economy vibrate. The years leading up to this important date have been marked by work to improve the transport infrastructure in the city and its surrounding areas, which has invigorated movement in the metropolis. In 2015, the inauguration of the Expo has escalated the influx of tourists and it is estimated that by the time it ends, almost 20 million visitors will have passed through Milan, making a significant impression on the hotel occupancy rate, which has increased by 19% in July and 49% in August in relation to the same period last year.*

*However what stands out without a doubt this year is the explosion experienced in the retail market. Of all the cities analysed in this report, Milan takes the lead over others in the growth of rental rates, with a 16% increase, something unprecedented and which quadruples the figures from 2014. A price increase which explains the fall in profitability with a drop of almost 0.5%.*

*This way it is clear that both luxury and mass market brands continue to compete intensely to enter the most important streets of what is considered to be the capital of fashion. This maintains the availability of premises very low. On the other hand, the typology of contracts in Italy means that in a market with a high demand such as that of Milan, the "contratos de locazione" are much less common than the "affitto di ramo di azienda".*

*The Galleria Vittorio Emanuele and the "Quadrilatero de la Moda", formed by the perimeter (and part of its surrounding area) delimited by Via Montenapoleone, Via della Spiga, Corso Venezia and Via Manzoni, continue to be the referent in the world of luxury.*

*Likewise, the commercial stronghold in Corso Vittorio Emanuele stands out, an unquestionable referent in the city for the establishment of non-luxury brands.*

*Each year the rise in tourism improves the tenancy quality of Via Dante. On the other hand Corso Buenos Aires and Via Torino have established themselves as referents for the medium market range, with important openings such as the Terranova Group flagship stores, Nike, AW Lab, Alcott and Lushs. In this way it has become a consolidated niche for new brands or those with alternative target customers.*

*Porta Nuova, a new axis prolonging the Corso Garibaldi, Brera and particularly Corso Como commercial districts, is an area in full expansion, with the recent incorporation of firms of the calibre of Christian Louboutin in Vicenzo Capelli Street. Without a doubt the opening of Eataly and the Replay flagship store are references for local consumption.*

# MILAN

## LA EXPO COMO CATALIZADOR ECONÓMICO / THE EXPO, AN ECONOMIC REACTIVATOR

C. BUENOS AIRES





# VITTORIO EMANUELE

EL CONSUMO DE MASAS OTORGА ESTABILIDAD /  
MASS CONSUMPTION PROVIDES STABILITY

Corso Vittorio Emanuele representa uno de los corredores turísticos más importantes de Milán ya que es uno de los accesos peatonales a la Catedral (Duomo di Milano) y atrae a los paseantes con sus tiendas de gama media y gran consumo. Este año se estima un crecimiento cercano al 18%, llegando a una renta media que supera los 11,210 € m<sup>2</sup>/ año. Además, empiezan a dispararse los valores de traspaso de los locales.

En 2015, las marcas españolas entran con fuerza en esta calle, con adquisiciones de gran envergadura como la de Pontegadea, que invierte 97M €. La relocalización de Mango también es digna de mención. Estrena además una Flagship Store en la calle, ocupando el local de Feltrinelli.

Otras operaciones destacables son la ampliación de Benetton, que absorbe el local contiguo, y la entrada de un megastore de H&M.

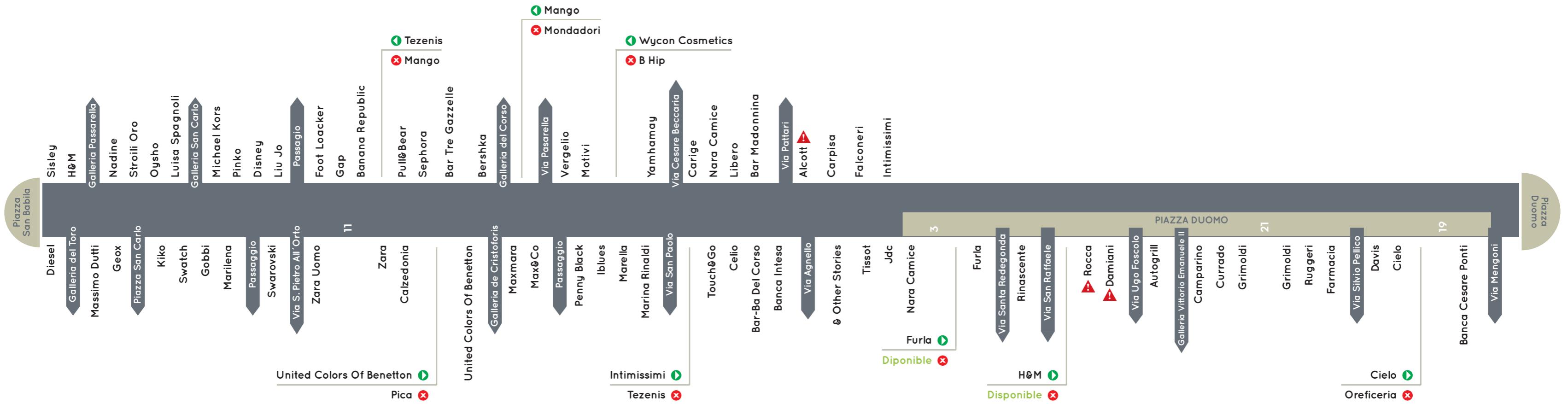
*Corso Vittorio Emanuele represents one of Milan's most important tourist routes since it is one of the pedestrian accesses to the Cathedral (Duomo di Milano) and it attracts passers-by with its medium market range and high consumption shops. An estimated growth of nearly 18% is estimated for this year, reaching an average rent of over 11,210 € m<sup>2</sup>/year. Furthermore prices for the transfer of premises are starting to shoot up.*

*In 2015 Spanish brands have made strong entries in this street, with important acquisitions such as Pontegadea following an investment of 97M €. The relocation of Mango is also worth outlining. Furthermore they have opened a flagship store in the street, occupying the Feltrinelli premises.*

*Other outstanding operations are the expansion of Benetton who have taken over the adjacent premises and an H&M megastore.*

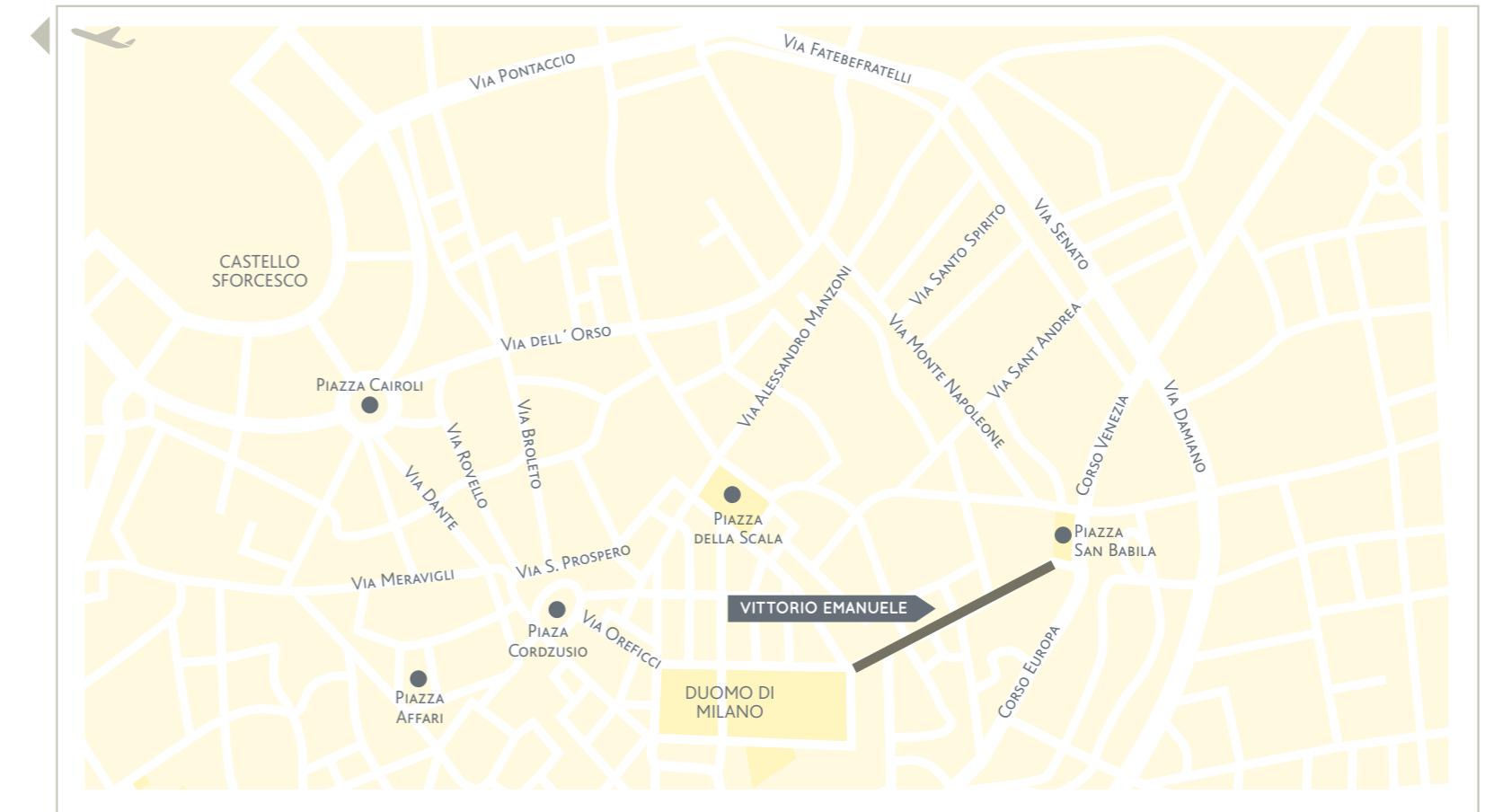
RENTA ANUAL M <sup>2</sup> ANNUAL RENT PER SQ M	OPERACIONES OPERATIONS	NUEVAS MARCAS NEW BRANDS	RENTABILIDAD YIELD
11.210€	8	8	3.9%

[ Referencias comerciales / Commercial references: La Rinascente, Zara, H&M, Mango, GAP, Max Mara ]



● MARCA ENTRANTE / INCOMING BRAND  
✖ MARCA SALIENTE / OUTGOING BRAND  
⚠ REFORMAS / REFURBISHMENTS

VITTORIO EMANUELE - TRAMO ÚNICO / SINGLE SECTION					
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N PREMISES	APERTURAS OPENINGS	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
11.210€	11.500€	75	8	3,9%	0%



España se afianza en la senda de la recuperación económica con Madrid a la cabeza. El mercado laboral sigue una tendencia positiva y, como consecuencia, aumenta la confianza de los consumidores, dibujando un escenario fértil para la inversión extranjera, que llega a los 4200M€ en el segundo trimestre de 2015.

Tras unos años complicados para el sector turístico madrileño, la capital despuña, obteniendo unas cifras récords de visitantes en el 2015. Con un incremento del 11,4% respecto al año pasado, es la comunidad autónoma que más crece a nivel de turistas en todo el país. Son los frutos, en parte, de "Madrid Destino 7 estrellas", una iniciativa que puso en marcha la Comunidad de Madrid en el 2013 para promover el turismo comercial.

Dentro de las zonas prime de la capital, este año la Gran Vía destaca como la estrella de las calles de primera línea comercial, con un total de 20 operaciones. Fondos de inversión y family offices se han lanzado a invertir en locales y edificios comerciales de esta emblemática calle madrileña. Lo más relevante en el presente ejercicio es la apertura de Primark en la antigua sede del grupo Prisa en Madrid. Se trata, de hecho, del máximo evento del año en el sector retail en España, tanto por las dimensiones del local como por la adquisición del edificio entero por parte de Amancio Ortega.

Además, las consecuencias de la extinción de las rentas antiguas aún coletean, lo que se traduce en un inusitado movimiento en el sector del retail.

## Rentas al alza

En este marco de mejora económica, la demanda de marcas nacionales e internacionales de locales coge impulso y empuja las rentas al alza, hasta los 174€/m<sup>2</sup> al mes de media, lo que supone un crecimiento del 5% respecto al año pasado. Junto a la Gran Vía, la calle con más dinamismo de rentas es Fuencarral, con una demanda intensa por parte de marcas tanto nacionales como internacionales. Serrano tampoco se queda atrás, rompiendo el estancamiento en el que se encontraba por culpa de las obras que han finalizado en el 2014.

## Tendencia negativa de la rentabilidad

Este contexto económico favorable hace crecer la avidez tanto de los fondos de inversión internacionales como de los family offices locales, que este año han cerrado cuatro operaciones en la zona prime. Además, muchos edificios se están remodelando, propiciando el regreso del auge del negocio de inversión. La creciente demanda repercuten en una tendencia negativa de las rentabilidades, que se sitúan alrededor del 4,3% de media.

ZONA AREA	RENTA M. MENSUAL M <sup>2</sup> A. MONTHLY RENT M <sup>2</sup>	OPERACIONES OPERATIONS	NUEVAS MARCAS NEW BRANDS	RENTABILIDAD PROFITABILITY
PRECIADOS	260 €	6	6	3,5%
SERRANO	230 €	12	11	4,0%
ORTEGA Y GASSET	170 €	4	4	4,5%
GRAN VÍA	215 €	19	16	4,5%
FUENCARRAL	140 €	14	10	4,5%
GOYA	112 €	8	8	5,0%

*Spain is consolidated on the road to economic recovery with Madrid at the head. The labour market is following a positive trend and, consequently, the confidence of consumers increases, creating a fertile scenario for foreign investment which has reached 4200M€ in the second quarter of 2015.*

*Following some complicated years for the Madrid tourist sector, the capital has started to break through, obtaining record figures of visitors in 2015. With an increase of 11,4% in relation to last year, it is the autonomous community with the highest growth rate in tourism in the whole country. This is the fruit, in part, of "Madrid a 7 Star Destination", an initiative launched by the Community of Madrid in 2013 to promote commercial tourism.*

*Within the capital's prime zones, this year the Gran Vía stands out as the star of the frontline commercial streets with a total of 20 operations. Investment funds and family offices have leapt to invest in commercial premises and buildings of this emblematic Madrid street. The most outstanding event in the current exercise is the opening of Primark in the old Prisa Group headquarters in Madrid. In fact it is the maximum event of the year in the retail sector in Spain, due to both the dimensions of the premises and the acquisition of the whole building by Amancio Ortega.*

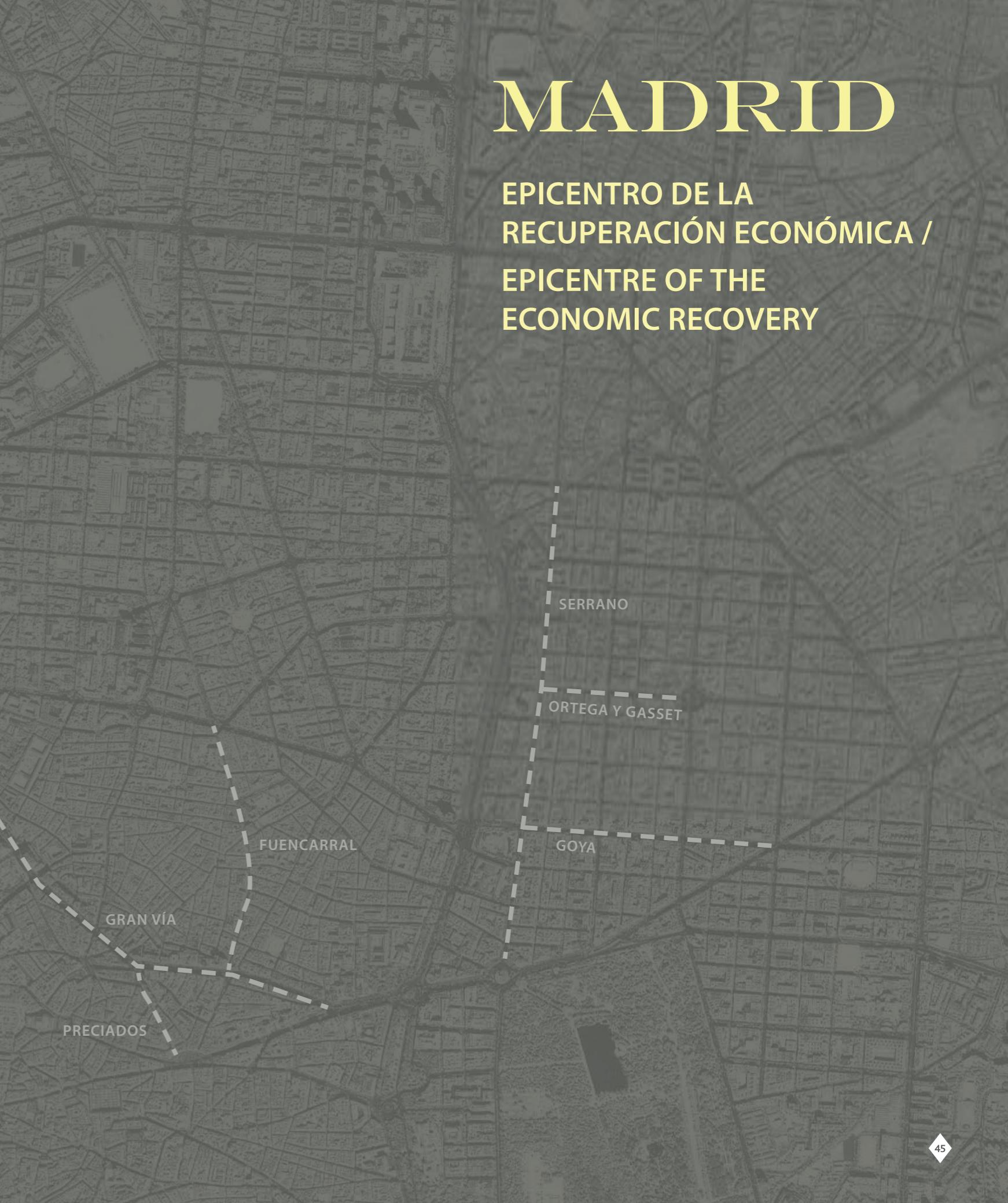
*Furthermore the consequences of the expiry of old rents are still having their effects, resulting in an unusual movement in the retail sector.*

## Rising rents

*In this setting of economic improvement, the demand from national and international brands for premises gathers momentum, forcing rents to rise up to an average of 174€/m<sup>2</sup> per month. Together with Gran Vía, Fuencarral is the street with most dynamism with regards to rents, with a heavy demand from both national and international brands. Serrano does not fall far behind, breaking the stagnation in which it found itself because of the remodelling work which was completed in 2014.*

## Negative trend for profitability

*This favourable economic context provokes the greed of both investment funds and local family offices, which this year have closed four operations in the prime zone. Furthermore, many buildings are being remodelled, favouring a return to a rise in investment business. The growing demand implies a negative trend for profitability, which is situated at around an average of 4,3%.*



# MADRID

## EPICENTRO DE LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA / EPICENTRE OF THE ECONOMIC RECOVERY



# FUENCARRAL

## FUERTE CRECIMIENTO DE RENTAS / HIGH RISE IN RENTS

Fuencarral es una de las calles más de moda en Madrid. Vital, moderna y alternativa, céntrica y peatonal, esta vía desperta el interés de un perfil de consumidor joven, que la recorre atraído por el amplio abanico de actividades que ofrece a todas horas.

Todo ello la convierte en la más dinámica de la capital y la que experimenta más crecimiento de rentas, por encima del 7,5%, llegando a los 140€/m<sup>2</sup>. Este año, las entradas más destacables han sido Calvin Klein Jeans, Primor y Urban Decay.

Esta explosión de actividad combinada con la baja disponibilidad, propicia un desbordamiento de la demanda hacia la calle Montera, la prolongación natural de Fuencarral.

Un termómetro de la buena salud del sector del retail en Fuencarral es la pujante demanda de locales, que a su vez se traduce en un ligero descenso de la rentabilidad.

En el presente ejercicio se han registrado además tres operaciones de inversión, en los números 9, 14 y 45.

Con la mirada puesta en el futuro, un hecho que desata fuerte interés es la clausura del Mercado de Fuencarral, centro de la cultura urbana en los 90. Es muy probable que lo que suceda con ese emblemático edificio se convierta en el acontecimiento más destacado de la calle en el 2016.

*Fuencarral is one of the most fashionable streets in Madrid. Lively, modern and alternative, centric and pedestrian, this street awakens the interest of a young consumer profile, who go there attracted by the wide variety of activities on offer at all hours.*

*All of this has converted it into the most dynamic street in the capital and the one that has experienced the highest rise in rents, over 7,5%, reaching 140€/m<sup>2</sup>. This year Calvin Klein Jeans, Primor and Urban Decay have been the most outstanding entries.*

*This explosion of activity combined with a low availability has provoked an upsurge in demand towards Montera Street, the natural prolongation of Fuencarral.*

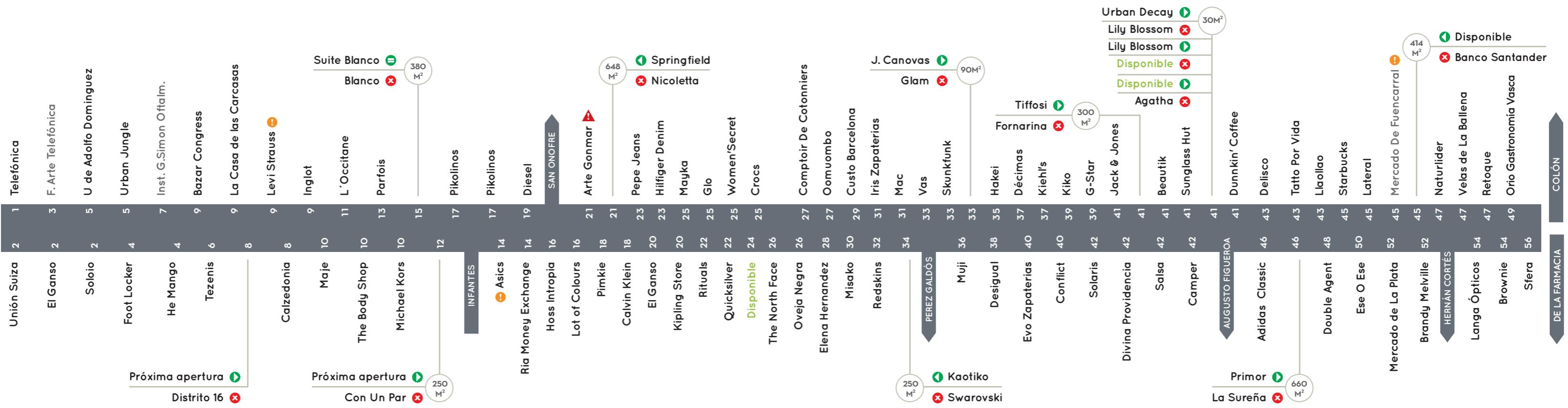
*The thriving demand for premises is a gauge for the good health of the retail sector in Fuencarral. In the current exercise three investment operations have also been registered in numbers 9, 14 and 45.*

*With sights set on the future, something which has triggered great interest is the closure of the Fuencarral Market, centre of urban culture in the 90's. It is very likely that whatever happens with this emblematic building will become the most outstanding event in the street in 2016.*

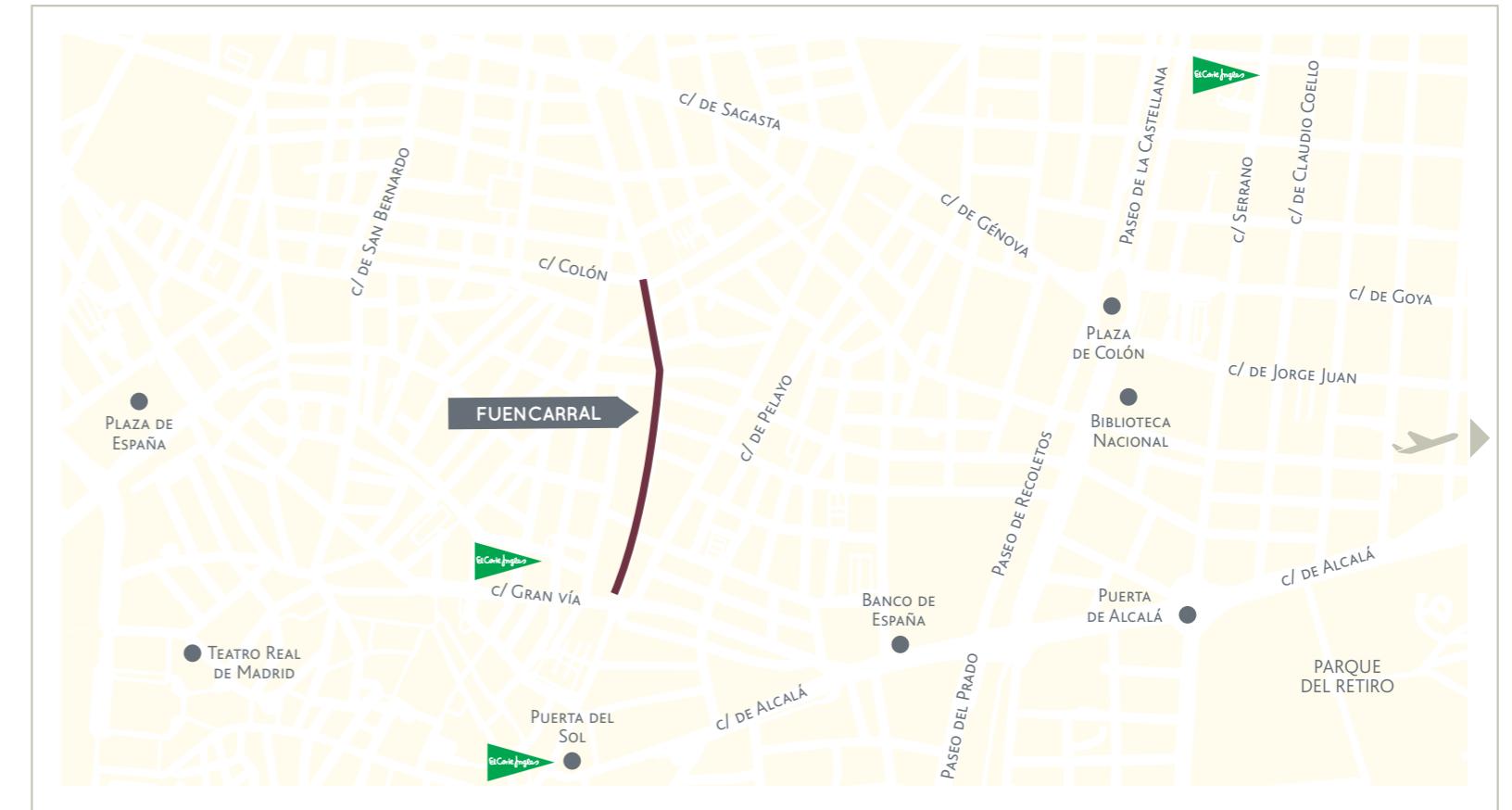
RENTA MENSUAL M <sup>2</sup> MONTHLY RENT PER SQ M	OPERACIONES OPERATIONS	NUEVAS MARCAS NEW BRANDS	RENTABILIDAD PROFITABILITY
140€	14	10	5,0%

[ Referencias comerciales / Commercial references: Michael Kors, Levi's, Brandy Melville, Diesel, Kiehl's ]

## GRAN VÍA



FUENCARRAL - TRAMO ÚNICO / SOLE SECTION							
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N PREMISES	APERTURAS OPENINGS	INVERSIÓN INVESTMENT	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY	ÍNDICE ASCANA ASCANA INDEX
140€	170€	100	10	4	5%	2,0%	1,1



La economía de la capital catalana ha crecido en 2015, sobreponiéndose a un año marcado por la incertidumbre ante las elecciones municipales, las autonómicas y el duelo independentista. La recuperación económica se ve así reflejada en el aumento del consumo interno y externo y el turismo se mantiene como uno de los principales motores económicos de la ciudad.

Barcelona, además, es la segunda ciudad con mayor inversión extranjera a nivel nacional, captando la atención de numerosas marcas de retail, tanto en el mass market como en premium y lujo.

### Nivel de rentas en el sector prime

Este año ha predominado un crecimiento moderado en las zonas prime de la ciudad condal, donde las rentas han aumentado hasta un 3%, rondando los 152€/m<sup>2</sup> al mes. Gracias a la remodelación de la Diagonal, esta avenida se desmarca de la tónica general y se convierte en la calle que más crece de la primera línea comercial, a un ritmo del 6.3%. Otro factor que ha afectado al sector del retail ha sido la extinción de los contratos antiguos por la aplicación de la ley de Arrendamientos actual, algo que ya tuvo sus efectos en el 2014 pero cuyos ecos se han prolongado hasta la actualidad.

Por lo que respecta a las aperturas, este año se han registrado un total de 77, con H&M y Uniqlo a la cabeza, ubicadas en Passeig de Gràcia.

### Casos significativos

Como dato relevante del 2015, cabe resaltar la reciente moda de las zapatillas de deporte, que se ha extendido con rapidez por la ciudad. Así, cada vez es más común la aparición de nuevos rótulos en las calles, como es el caso de JD Sport, Snipes o New Balance, que se suman a las macrotiendas que Adidas, Nike o Foot Locker ya tienen en la capital catalana.

Otro caso destacable es el de la Roca Village, gran centro comercial especializado en outlets de lujo, donde se encuentran presentes marcas imposibles de encontrar en el resto de Barcelona, como Ralph Lauren o Moncler.

### Los activos de inversión mantienen las rentabilidades a la baja

Por su perfil de valor refugio, las calles comerciales en general y las de primera línea en particular siguen consolidándose como activo de inversión, lo que a su vez mantiene la tendencia a la baja de las rentabilidades, que ya rondan el 5%. Este año, además, se observa especial efervescencia a nivel de inversión, en concreto en la zona de Rambla Catalunya y Passeig de Gràcia.

ZONA / AREA	RENTA M. MENSUAL M <sup>2</sup> A. MONTHLY RENT M <sup>2</sup>	OPERACIONES OPERATIONS	NUEVAS MARCAS NEW BRANDS	RENTABILIDAD PROFITABILITY
PORTAL DE L'ÀNGEL	265 €	11	11	3,4%
PASEO DE GRÀCIA	230 €	17	12	4,0%
PORTAFERRISSA	140 €	11	10	5,1%
PELAI	125 €	7	7	5,1%
PLAZA CATALUNYA / LAS RAMBLAS	90 €	22	18	5,0%
RAMBLA CATALUNYA	98 €	2	2	5,3%
DIAGONAL	45 €	19	17	5,8%

The economy of the Catalan capital has grown in 2015, overcoming a year marked by the uncertainty in view of the local council and autonomous elections and the independence issue. The economic recovery is thus reflected in the increase in domestic and foreign consumption, with tourism continuing to be one of the city's main economic driving forces.

Furthermore Barcelona is the second city with the highest foreign investment at national level, capturing the attention of numerous retail brands, not only in the mass market but also in premium and luxury.

### Rent levels in the prime sector

This year a moderate growth has predominated in the prime areas of the city, where rents have increased up to 3%, at around 152€/m<sup>2</sup> per month. Thanks to the remodelling of the Diagonal, this avenue has moved away from the general pattern and has become the street with the highest growth rate in the commercial frontline, at a rate of 6.3%. Another factor which has affected the retail sector is the expiry of old contracts due to the coming into force of the current Rental Law, something which already showed its effects in 2014 but with its consequences continuing to date.

As far as openings are concerned, this year a total of 74 have been registered, with H&M and Uniqlo located in the Passeig de Gràcia at the head.

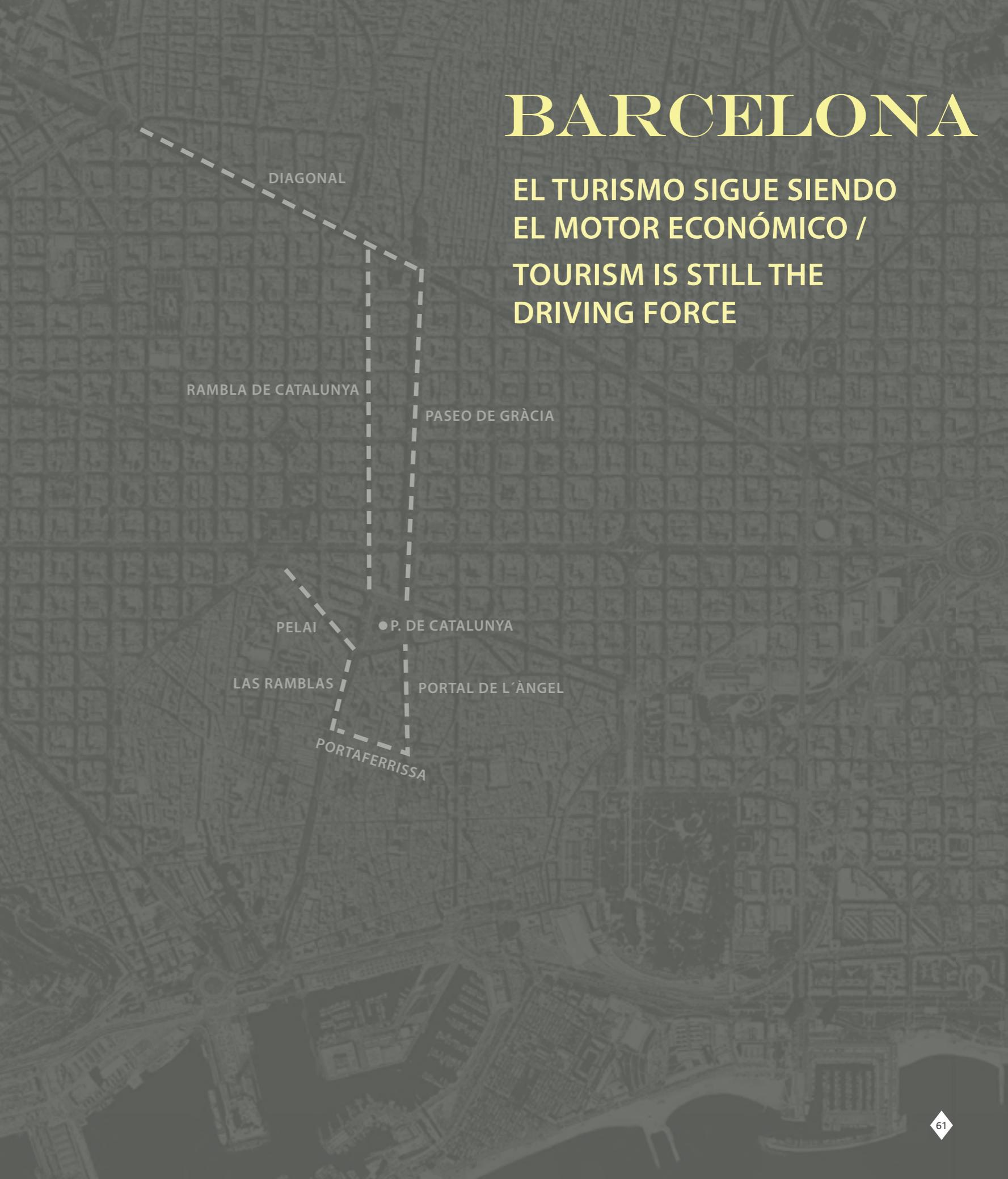
### Significant cases

The recent sport shoe fashion which has extended rapidly through the city is worth highlighting as one of the significant cases for 2015. It is becoming more and more usual to see the appearance of new signs, as is the case with JD Sport, Snipes or New Balance, adding to the macro-stores which Adidas, Nike or Foot Locker already have in the Catalan capital.

Another significant case is the Roca Village, a large shopping centre specialised in luxury outlets, where brands which are impossible to find in the rest of Barcelona, such as Ralph Lauren or Moncler, are present.

### Investment assets maintain profitability on a downward trend

Due to their safe haven asset profile, the commercial streets in general and the frontline streets in particular continue to be consolidated investment assets, which in turn maintain the downward trend for profitability, already situated at around 5%. Furthermore this year a special enthusiasm at investment level has been observed, particularly in the Rambla Catalunya and Passeig de Gràcia area.



# BARCELONA

## EL TURISMO SIGUE SIENDO EL MOTOR ECONÓMICO /

## TOURISM IS STILL THE DRIVING FORCE



# PORTAFERRISSA

ESPÍRITU JOVEN /  
YOUTHFUL SPIRIT

Puente de unión entre las Ramblas y el Portal de l'Àngel, Portaferrissa se beneficia de un flujo constante de consumidores con un perfil joven, tanto locales como turistas.

Las rentas en esta calle de la capital catalana muestran a lo largo del 2015 una ligera tendencia al alza, alcanzando los 140 € /mes/m<sup>2</sup>.

Del total de 11 operaciones que se han llevado a cabo en el presente ejercicio, destaca la entrada de varias tiendas de eyewear, como Sunglass Hut y Vista Óptica, además de Snipes, Vans y Calvin Klein Underwear.

Como hechos relevantes del 2015, cabe mencionar el cierre de H&M, que libera un espacio de grandes dimensiones, dejándolo disponible para futuras operaciones, y el proyecto de Terranova en el número 2 de Boters, una tienda que no se ha podido inaugurar este año culpa del retraso en los plazos.

A nivel de inversión, es significativo lo que sucede con los locales de primera línea. El caso más relevante es el de Sunglass Hut, que es el inquilino en el local ubicado en el número 4.

La rentabilidad por su parte sigue una tendencia negativa, descendiendo hasta el 4.8%.

*Portaferrissa, which acts as a bridge between the Ramblas and Portal de l'Àngel, benefits from a constant flow of consumers with a young profile, both local and tourist.*

*Rents in this street of the Catalan capital have shown a slight upward trend during 2015, reaching 140 €/month/m<sup>2</sup>.*

*From a total of 11 operations carried out during the present exercise, the entry of several eyewear establishments such as Sunglass Hut and Vista Óptica stand out, as well as Snipes, Vans and Calvin Klein Underwear.*

*Amongst the significant events of 2015, it is worth highlighting the closure of H&M, who have vacated a large space of important dimensions, making it available for future operations, and the Terranova project at number 2 of Boters Street, a shop which has not been able to open this year due to deadline delays.*

*At investment level, what has happened with frontline premises is important. The most significant is Sunglass Hut, who is tenant at the premises at number 4.*

*Profitability continues on a negative trend, falling by up to 4.8%.*

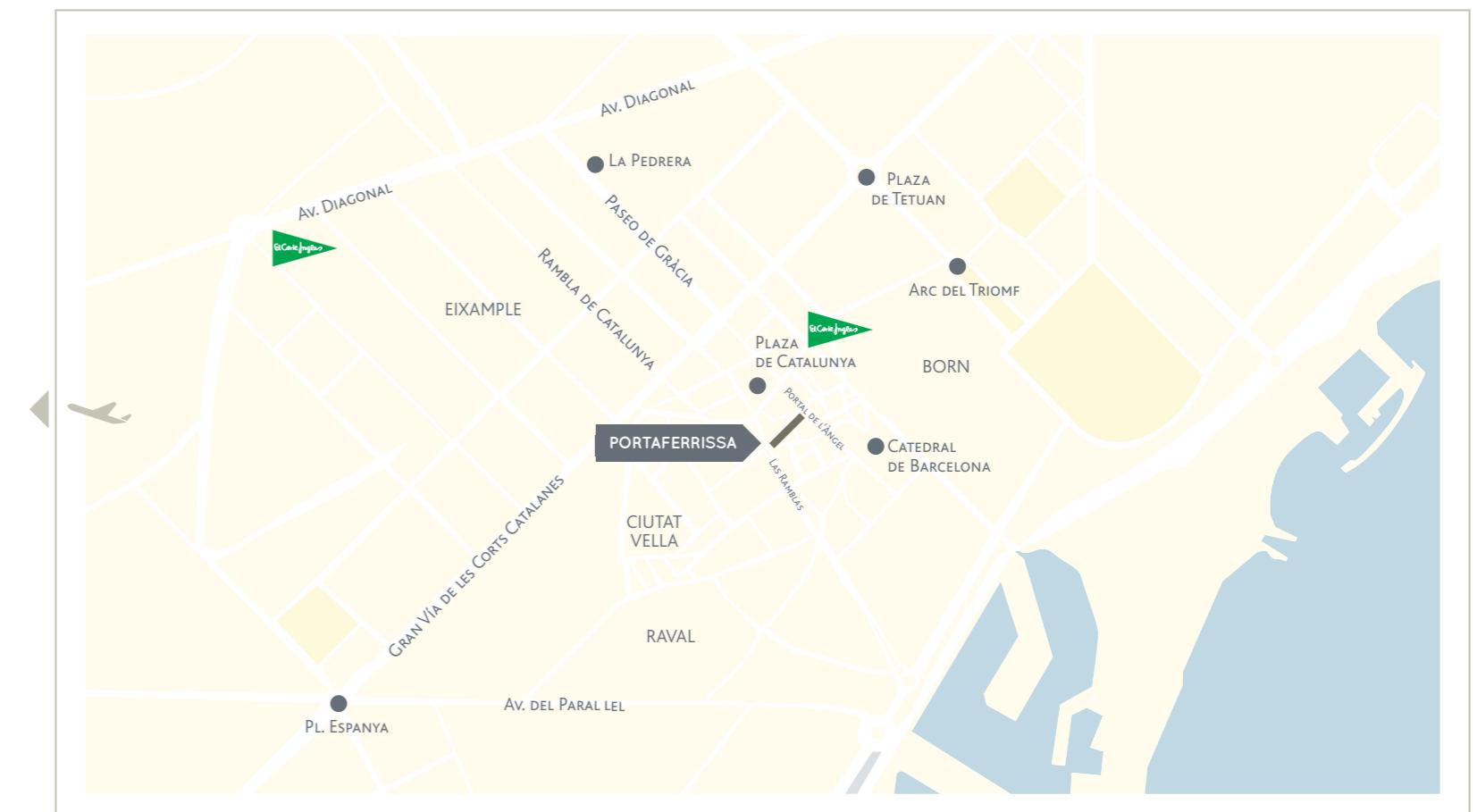
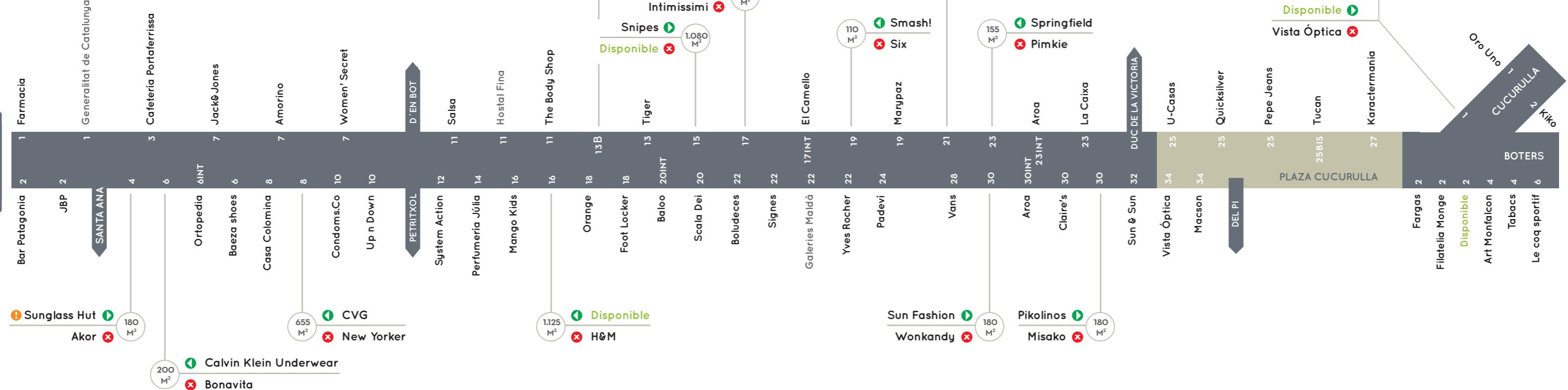
RENTA MENSUAL M <sup>2</sup> MONTHLY RENT PER SQ M	OPERACIONES OPERATIONS	NUEVAS MARCAS NEW BRANDS	RENTABILIDAD YIELD
140€	11	10	5,1%

[ Referencias comerciales / Commercial references: H&M, Tiger, Vans, Foot Locker, Pimkie ]

PORTAFERRISSA - TRAMO ÚNICO / SOLE SECTION							
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N PREMISES	APERTURAS OPENINGS	INVERSIÓN INVESTMENT	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY	ÍNDICE ASCANA ASCANA INDEX
140€	240€	62	10	1	5,1%	4,8%	1,2

● MARCA ENTRANTE / INCOMING BRAND  
 ● MISMO GRUPO / SAME GROUP  
 ● MARCA SALIENTE / OUTGOING BRAND

! OPERACIÓN DE INVERSIÓN / INVESTMENT OPERATION  
 ○ SUNGLASS HUT  
 ○ CVG  
 ○ Disponible  
 ○ Calvin Klein Underwear  
 ○ Bonavita



BARCELONA/ Passeig de Gracia 12. 08007 / T +34 934 676 662

MADRID/ Serrano 63º. 28001 / T+ 34 913 086 665

PARIS/ 103 Rue Grenelle 4. 75007 / T+33 1 70 917422

MILAN/ Via Monte di Pietà 21. 20121 / T+ 39 02 86337 811

[www.ascana.es](http://www.ascana.es)



A S C A N A

EXPANSIÓN