

# 2019

12<sup>a</sup>/th  
EDICIÓN  
EDITION

**Informe de Locales  
Comerciales  
en Primera Línea**

**High Street  
Retail Report**

ASCANA  
EXPANSION

XV  
Aniversario  
2005-2020

# ASCANA 2020



Consultora inmobiliaria experta en la expansión de marcas/operadores e inversión en locales comerciales y hoteles. Fundada en 2005, cuenta con oficinas en París, Milán, Madrid y Barcelona, y opera en las principales ciudades europeas, como Londres, Roma, Lisboa y Atenas, entre otras.

ASCANA, que celebra en el presente año el 15º aniversario desde su creación, se centra principalmente en dos grandes líneas de negocio. Por un lado, representa a las marcas más reconocidas y exclusivas de España, Francia e Italia en su desarrollo europeo. Por el otro, pone su exhaustivo conocimiento del mercado retail al servicio de propietarios e inversores para la compra y gestión de sus activos en primera línea.

A lo largo de los últimos años, ASCANA se ha posicionado como un referente en el mercado europeo. Proporciona asesoramiento para la expansión e inversión de sus clientes, trasladando su conocimiento en venta, alquiler y evolución de las calles de mayor relevancia comercial a través de este informe de mercado de manera objetiva y no sesgada.

En la duodécima edición del informe ASCANA, analizamos las zonas comerciales prime de las principales ciudades europeas: Londres, París, Lisboa, Milán y Roma. Asimismo, en esta edición hemos considerado interesante ampliar el informe con datos del mercado de Atenas, ya que, por su potencial de crecimiento, acapara el interés de los actores del mercado. El estudio incluye los key plan (identificación de las marcas sobre el mapa de la calle), indicando también las entradas y salidas de operadores, reformas de locales, ampliaciones y disponibilidades, así como las operaciones de inversión que tuvieron lugar a lo largo de 2019. El análisis también presenta la rentabilidad media de las inversiones, las rentas medias por metro cuadrado y otros datos de interés.

En definitiva, el informe ASCANA es una herramienta de gran utilidad a nivel de contextualización del mercado y de soporte para la toma de decisiones, dirigida a los profesionales del sector retail, inversores y responsables de expansión de las marcas a nivel internacional. ◊

*ASCANA is a real estate consultancy specialized in the expansion of brands/operators and in investment in commercial properties and hotels. Founded in 2005, it has offices in Paris, Milan, Madrid and Barcelona and operates in top European cities, such as London, Rome, Lisbon, Athens and more.*

*ASCANA, which is celebrating its 15th anniversary this year, has two major lines of business. First, it represents the most well-known and exclusive brands of Spain, France and Italy as they expand in Europe. Second, it offers its extensive knowledge of the retail market to property owners and investors to assist them with the purchasing and management of their top-tier assets.*

*In recent years, ASCANA has positioned itself as a key player in the European market. It provides the consulting its clients need to expand and invest, sharing its knowledge of sales, rentals and the evolution of the most important commercial streets through this objective and unbiased market report.*

*In this twelfth edition of the ASCANA report, we analyze the prime retail areas of the major European cities: London, Paris, Lisbon, Milan and Rome. In this edition, we also thought it would be interesting to expand the report to include data from Athens, a city whose growth potential is attracting the interest of players in the market. Each study includes the key plans (with brands shown on the street map) and further indicates brand arrivals and departures, renovations, expansions, availabilities and any investment transactions that took place in 2019. The analysis also details the average yields of investments, the average rent prices per square meter and other data of interest.*

*In short, the ASCANA report is a highly useful tool for retail industry professionals, investors and those responsible for international brand expansion to help them understand the market context and aid their decision-making. ◊*

# EUROPE

## EL SECTOR RETAIL EN LAS PRINCIPALES AVENIDAS DE EUROPA EN 2019 THE RETAIL SECTOR ON EUROPE'S MAIN AVENUES IN 2019

A pesar de la desaceleración, la economía europea se muestra resistente ante una situación económica global menos favorable. En 2019, el PIB del conjunto de la Unión Europea ha crecido un 1,4%, cinco décimas por debajo de la cifra que registró en el pasado ejercicio. Respecto a la eurozona, el PIB ha crecido un 1,2%, lo que se traduce en la cifra más baja en los últimos cinco años, en un contexto de ralentización de potencias como Alemania e Italia. Se espera que el crecimiento económico continúe, sostenido por una demanda interna robusta y una progresión continuada de la generación de empleo.

En el sector *retail*, Londres se mantiene como la ciudad europea con las rentas más elevadas, alcanzando una renta media anual de 18.000€/m<sup>2</sup> en Bond Street y de 16.200€/m<sup>2</sup> en Oxford Street. Les siguen Milán y Roma, que se mantienen como destinos líderes para las principales marcas en Via Montenapoleone y Via Condotti, registrando una renta media anual de 14.800€/m<sup>2</sup> y 12.450€/m<sup>2</sup>, respectivamente. Por otro lado, también destaca París, donde la avenida Champs-Élysées alcanza una renta media anual de 11.800€/m<sup>2</sup> y la avenida Montaigne se sitúa en los 10.900€/m<sup>2</sup>. Entre las ciudades europeas con mayor crecimiento de rentas, destaca Bucarest (6,2%), Bratislava (5%) y Budapest (5%).

En el presente informe, se muestra un análisis actualizado del crecimiento de rentas, rentabilidades, aperturas y tendencias del sector en las principales calles comerciales de Europa. Entre las ciudades estudiadas, se encuentran Londres, París, Ámsterdam, Lisboa y Atenas. Asimismo, ofrecemos un estudio más detallado de los principales ejes *prime* de Milán, Roma, Barcelona y Madrid. ◊

*Despite the slowdown, the European economy has proved resistant in the face of a less favorable global economic climate. In 2019, the GDP of the European Union as a whole rose 1.4%, a half percentage point below last year's figure. The GDP of the eurozone grew by 1.2%, the lowest number in the last five years, due to the slowdown of powerhouses like Germany and Italy. Economic growth is expected to continue, sustained by robust internal demand and steady job creation.*

*In the retail sector, London continues to see the highest rent prices in Europe, with rents reaching an average of €18,000/m<sup>2</sup> per year on Bond Street and an annual €16,200/m<sup>2</sup> on Oxford Street. It is followed by Milan and Rome, which remain leading destinations for top brands on streets like Via Montenapoleone and Via Condotti, with annual rents of €14,800/m<sup>2</sup> and €12,450/m<sup>2</sup>, respectively. Another high hitter is Paris, where rents average at an annual €11,800/m<sup>2</sup> on the Champs-Élysées and €10,900/m<sup>2</sup> on Avenue Montaigne. The European cities with the highest growth in rent prices include Bucharest (6.2%), Bratislava (5%) and Budapest (5%).*

*This report provides an updated analysis of the growth in rent prices, yields, openings and industry trends for the most important retail streets in Europe. The cities examined include London, Paris, Amsterdam, Lisbon and Athens. We also offer a more in-depth analysis of the top prime streets in Milan, Rome, Barcelona and Madrid. ◊*



## LA CAPITAL GRIEGA RENACE DE SUS CENIZAS

Grecia resurge de la devastadora crisis económica que ha golpeado al país en la última década. En 2018, salió del tercer programa de rescate de la Unión Europea y recuperó su independencia financiera, volviendo así a los mercados. En el presente ejercicio, la economía griega creció alrededor del 2% y la confianza del consumidor alcanza su mayor nivel desde hace 19 años.

El turismo representa el principal motor del crecimiento económico, generando el 20,6% del PIB, el doble de la media mundial. El boom turístico que vive Grecia -los ingresos por turismo aumentaron un 13,6% en los ocho primeros meses de 2019- reactiva la inversión y el interés de grupos de lujo, recuperándose así este sector y el de la moda en el país heleno.

En este favorable entorno, la expansión de grandes grupos de distribución como Inditex, Mango y nuevas entradas como Guess, Kiko and Miniso. El comercio electrónico crece a un ritmo más pausado que en el resto de la Unión Europea. Atenas atrae las principales inversiones de lujo, que se concentran en el sector hotelero. Destaca la apertura del hotel de la prestigiosa cadena Four Seasons en la riviera ateniense, así como el proyecto Hellinikon, un futuro complejo urbanístico con oficinas, centros comerciales y un gigantesco parque con una inversión de 8.000 millones de euros.

Las rentas en los principales ejes prime de Atenas también muestran la recuperación del retail. En el presente ejercicio, la popular avenida Ermou, situada en el centro de la ciudad, alcanza una renta media de 2.900€/m<sup>2</sup> y registra un crecimiento del 5%. La lujosa zona peatonal de Voukourestiou crece a un ritmo del 3,5% y la renta media se sitúa en los 2.200€/m<sup>2</sup> en 2019.

En el mercado inversor, la rentabilidad alcanza un 6% en la avenida Ermou y un 6,25% en la calle Voukourestiou. ♦

## THE GREEK CAPITAL RISES FROM THE ASHES

*Greece is recovering from the devastating financial crisis that has blasted the country over the past decade. In 2018, it exited its third European Union bailout program and regained its financial independence, returning to the markets. This year, the Greek economy grew around 2%, and consumer confidence reached its highest level in 19 years.*

*Tourism represents the main engine of economic growth, generating 20.6% of GDP, or double the world average. The tourism boom in Greece—tourism revenues increased by 13.6% in the first eight months of 2019—is reactivating investment and interest by luxury groups, helping to rehabilitate this sector and the fashion industry in the country.*

*In this favorable environment, there is increasing expansion of large distributors like Inditex and Mango and new entries like Guess, Kiko and Miniso. E-commerce, conversely, is growing at a slower pace than in the rest of the European Union. Athens is attracting major luxury investments, primarily in the hotel sector. Marriott, Brown Hotels, Accor, Fattal, Selina, Hyatt have already agreed on the operation of several hotels in Athens and are screening the market for more deals. Highlights include an opening in the Athens Riviera by the prestigious hotel chain Four Seasons and the Hellinikon project, a future complex of offices, shopping centers and a gigantic park with an investment of €8 billion.*

*Rent prices on the prime streets of Athens also show the recovery of the retail sector. This year, popular Ermou Street in the city center reached an average rent of €2,900/m<sup>2</sup> and recorded 5% growth. The luxurious Voukourestiou pedestrian area grew at a rhythm of 3.5%, with an average rent price of €2,200/m<sup>2</sup> in 2019.*

*As for the investment market, yields came in at 6% on Ermou Street and 6.25% on Voukourestiou Street. ♦*

# ATHENS



AURA  
REAL ESTATE EXPERTS

brainsre



# VOUKOURESTIOU

## EPICENTRO DEL LUJO DE LA CAPITAL GRIEGA

La calle Voukourestiou se sitúa entre la avenida Panepistimiou y el monte Licabeto, en el corazón del elegante y exclusivo barrio de Kolonaki. Esta vía peatonal constituye el epicentro del lujo de la ciudad y es lugar de encuentro para las más prestigiosas marcas internacionales, predominando el sector de la joyería. Dior, Hermès, Prada y Louis Vuitton son algunas de las firmas que residen en la arteria.

En 2019, la calle comercial alcanzó una renta media de 2.200€/m<sup>2</sup>, lo que se traduce en un crecimiento moderado del 3,5% respecto al ejercicio anterior. Voukourestiou, que presenta tres tramos diferenciados, registra una renta máxima de 4.200€/m<sup>2</sup> en el tramo alto, donde la disponibilidad se sitúa en un 2,9%. En los tramos medio y bajo la disponibilidad es inexistente.

En el presente ejercicio, la arteria goza de dinamismo y registra dos nuevas aperturas en su tramo alto. La marca Panaidis Eyewear Boutique entra en el número 11 y la firma francesa Cartier, que ya cuenta con un local en el número 7, abre en el número 21.

En el mercado inversor, la rentabilidad se sitúa en un 6,25% anual bruto y destacan las operaciones de inversión de Trastor REIC, que adquiere el local de Ermenegildo Zegna por 6 millones de euros y el de Imanoglou por 2,5 millones, ambos situados en el número 24 de la avenida.◊

## EPICENTER OF LUXURY IN THE GREEK CAPITAL

*Voukourestiou Street is located between Panepistimiou Street and Mount Lycabettus in the heart of the exclusive and elegant Kolonaki neighborhood. This pedestrian-only street is the epicenter of luxury in the city and is the rendezvous point for the most prestigious international brands, particularly in the jewelry sector. Dior, Hermès, Prada and Louis Vuitton are some of the names that can be found here.*

*In 2019, rents on the street ascended to an average of €2,200/m<sup>2</sup>, a moderate growth of 3,5% compared to the prior year. Voukourestiou, which can be divided into three distinct sections, sees the highest rents of €4,200/m<sup>2</sup> in the upper section, where availability is 2,9%. There is no availability in the middle and lower sections.*

*This year, the street was dynamic and saw two new openings in the upper section. Panaidis Eyewear Boutique came to number 11, and French firm Cartier, which already had a store at number 7, opened at number 21.*

*In the investment market, the yield was a gross annual 6,25%. Highlights were the investments by Trastor REIC, which acquired the Ermenegildo Zegna store for 6 million euros and the Imanoglou store for 2,5 million, both located at number 24.◊*

RENTA ANUAL m<sup>2</sup>  
YEARLY RENT per sqm

2.200€

OPERACIONES  
TRANSACTIONS

4

NUEVAS MARCAS  
NEW BRANDS

1

RENTABILIDAD  
YIELD

6,25%

Referencias comerciales  
Commercial references

Hermès, Cartier,  
Louis Vuitton,  
Prada

STADIUOU STR.		PANEPISTIMIOU STR.		VALAORITOU TR.		AKADIMIAS STR.	
Li-La-Lo	1	Hermes					
OMEGA							
Giouzenis	2						
Sabamis							
Michalis	3	Clemente VIII Caffè					
Xanthopoulos	4	Pallas Theater					
Breitling							
Zeus & Aione	5						
ERES							
Longchamp	6	Cartier // Works					
Vourakis	7						
Ora Kessaris	8	Links of London					
Athion Theater	9	Zonar's					
Kessaris	10						
IQOS	11	Veneta Vildritis					
Kessaris ✕ // Disponible ↪	12	Panadis Eyewear Boutique ✖ Ralph Lauren					
IQOS	13	TOD'S Boutique					
Kessaris ✕ // Disponible ↪	14	Zadig & Voltaire					
Anna Maria Mazarakis	15						
IL Gatto	16	HSBC					
Bag Stories							
Rimowa							
Kassis	17	Prada					
Dior	18	Louis Vuitton					
Athiniotakis	19	Pentheroudakis					
Marco Bicego	20						
Eurobank	21	Audemars Piguet					
Inv. // Imanoglu	22	Frank Muller					
Eponymo	23	Arition					
Zouzou		SOHO-SOHO					
Pronovias		Pagoni					
Nota	24						
Notá	25						
Aiven	26						

## ATENAS > VOUKOURESTIOU



TRAMO ALTO / HIGH SECTION					
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
2.400 €/m <sup>2</sup> Anual / Yearly	4.200 €/m <sup>2</sup> Anual / Yearly	35	2	6,0 %	2,9 %
TRAMO MEDIO / MEDIUM SECTION					
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
1.920 €/m <sup>2</sup> Anual / Yearly	2.400 €/m <sup>2</sup> Anual / Yearly	14	0	6,25 %	0,0 %
TRAMO BAJO / LOW SECTION					
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
1.200 €/m <sup>2</sup> Anual / Yearly	1.500 €/m <sup>2</sup> Anual / Yearly	8	0	6,5 %	0,0 %

# ITALY

## ALLA RICERCA DELLA STABILITÀ POLITICA E ECONOMICA

L'Italia continua a faticare a causa della crisi del debito pubblico e non riesce a raggiungere una fase di stabilità economica. L'economia italiana, proveniente da una fase di recessione nel 2018, ha chiuso il 2019 con una crescita del solo 0,1%, la più lenta tra tutti i Paesi dell'Unione Europea. Per il 2020 è prevista una crescita del PIL dello 0,4%. Il nuovo governo Italiano, le cui tendenze europeiste e di sinistra sono state ben accolte dai mercati e dalle istituzioni europee, ha segnato una svolta rispetto alla precedente fase di instabilità e ingovernabilità politica.

## IL TURISMO AVANZA CON IL VENTO IN POPPA

Nonostante l'instabilità economica del Paese, il settore turistico continua a crescere. L'Italia è il quinto Paese più visitato al mondo ed ha accolto un totale di 62 milioni di turisti durante il 2018. Roma si conferma capitale del turismo con più di 29 milioni di visitatori secondo gli ultimi dati pubblicati dall'ISTAT. Anche Milano è diventata un polo turistico di rilievo, con 12 milioni di visitatori all'anno.

## UNA CALAMITA PER I BRAND

Milano si conferma una delle mete preferite in Europa per i nuovi brand e continua ad attrarre grandi operatori e fondi di investimento nelle sue strade prime. Ne è prova l'arrivo di Uniqlo, con il suo primo *flagship store* in Italia.

Dal suo canto, anche la zona prime di Roma riceve una spinta dalla crescita del turismo. La consolidata forza delle due città fa sì che molti marchi della moda, dovendo decidere dove aprire il loro primo punto vendita, optino indistintamente per una delle due. Ne è un esempio l'apertura del *flagship store* di Skechers a Roma in Via del Corso 480, 481 e 482. Analogamente a quanto visto negli anni passati, le due principali città italiane si confermano dinamiche, e, tra le principali operazioni del 2019, spiccano le aperture di Armani e Yves Saint Laurent all'interno del quadrilatero della moda.

## AMPLIAMENTO DELL'AREA PRIME E CRESCITA DEI CANONI DI LOCAZIONE

A Milano, Piazza Cordusio si trasforma da centro finanziario a polo commerciale, ampliando così l'area dedicata al prime retail in città. Inoltre, l'apertura del *flagship store* Apple in Piazza Liberty nel 2018 ha rivitalizzato il fascino commerciale dei locali che si affacciano su Corso Vittorio Emanuele II, in prossimità della piazza.

Nonostante l'aumento dell'area dedicata allo shopping, l'impatto del turismo e le virtù di Milano continuano a far aumentare i canoni di locazione, sebbene a un ritmo moderato. La capitale della moda registra infatti una crescita dell'1%, mentre Roma cresce del 4%. Milano si conferma ancora una volta come la città con i canoni più alti in Italia, raggiungendo i 14,800€/m<sup>2</sup> in via Montenapoleone. Le rendite si mantengono stabili, registrando un 3,6% a Milano e un 4% a Roma.

## IN PURSUIT OF POLITICAL AND ECONOMIC STABILITY

*Italy continues to struggle with the sovereign debt crisis and still has yet to achieve economic stability. Following the recession of 2018, the Italian economy grew a mere 0.1% over the course of the year, making it the country with the slowest economic growth in the European Union. The European Commission forecasts GDP growth of 0.4% in 2020.*

*The new Italian government, whose pro-European focus and left-leaning tendencies are a marked political departure from the prior administration, has been well received by the markets and European institutions following the instability and ungovernability that reigned in Italy last year.*

## TOURISM MOVING FULL STEAM AHEAD

*Despite the country's ongoing economic instability, tourism has continued to grow. Italy is the fifth most-visited country in the world and welcomed a total of 62 million visitors in 2018. Rome is the country's top tourist hotspot and more than 29 million people visited the capital according to the latest ISTAT data. Milan has also become a powerful draw for tourists, attracting 12 million over the year.*

## A MAGNET FOR BRANDS

*Milan remains one of the preferred European destinations for new brands, attracting large operators and investment funds to its prime streets. A good example is the launch of Uniqlo's first *flagship store* in the country. The prime area in Rome is, in turn, driven by the boom in tourism.*

*Given the strength of both cities, many fashion firms opt indistinctly for one or other for their first opening in Italy. An example of this is the opening of the first Skechers *flagship store* in Rome on Via del Corso 480, 481 and 482. As in past years, the Italian capitals enjoyed considerable activity, including the noteworthy arrivals of Armani and Yves Saint Laurent to the Quadrilatero d'Oro in Milan.*

## EXPANSION OF PRIME RETAIL SPACE AND RISING RENT PRICES

*Piazza Cordusio in Milan is undergoing a transformation from business center to major commercial hub and is thus expanding the prime retail space in the city. The opening of a *flagship Apple Store* on Piazza Liberty in 2018 has revitalized the commercial appeal of premises on Corso Vittorio Emanuele II near the square.*

*Despite the additional retail space, the impact of tourism and the virtues of Milan continue to drive rent prices upward, albeit at a moderate rate. The fashion capital showed a growth of 1%, while growth in Rome ascended to 4%. Milan again topped the list as the city with the most expensive rents in Italy, with prices as high as €14,800/m<sup>2</sup> on Via Montenapoleone. Yields, meanwhile, held steady at 3.6% in Milan and 4% in Rome.*



## PRINCIPALE DESTINAZIONE TURISTICA

Roma si conferma essere la principale destinazione turistica del Paese. I suoi edifici storici e i suoi monumenti la rendono una delle città più visitate al mondo, con più di 29 milioni di visitatori secondo gli ultimi dati comunicati dall'ISTAT. Ciò contribuisce a rendere la città un polo dello shopping e ad attrarre l'interesse di brand e investitori..

## IL LUSSO SI INSTAURA NEL CENTRO

La crescita della capitale italiana presenta due facce: da un lato, grazie agli effetti del turismo, le attività commerciali si concentrano e crescono nelle strade del centro; dall'altro però si assiste ad una stagnazione nelle rimanenti aree urbane.

Roma presenta una notevole crescita dei canoni di locazione nella zona prime. Via dei Condotti si conferma essere la strada con i canoni più alti in città, registrando una cifra annuale di 12,900€/m<sup>2</sup>, e con i più elevati tassi di crescita, pari al 7,5%. Seguono Via Frattina e Piazza di Spagna, con crescite rispettivamente del 6,9% e del 6,2%.

Il rendimento della zona prime si assesta sul 4% all'anno.

## L'ARRIVO DI NUOVI BRAND

La Città Eterna conferma la sua dinamicità durante il 2019 e Via del Corso consolida la sua posizione di strada *prime* più dinamica dell'anno, registrando un totale di 26 operazioni. Il marchio Skechers ha aperto il suo primo *flagship* in Italia proprio in Via del Corso, in uno spazio di 500 m<sup>2</sup>, privilegiando la scelta del locale sulla città. Da segnalare inoltre l'arrivo di Yves Saint Laurent in Via dei Condotti, la scommessa di Philipp Plein che punta su Via del Babuino, e l'apertura del Temporary store di Golden Goose in Piazza di Spagna. Spiccano infine le aperture di Intimissimi e di Hermetise in Via Frattina.

## MAIN TOURIST DESTINATION

*Rome is Italy's main tourist destination. Its historic buildings and monuments make it one of the most visited cities in the world, receiving more than 29 million visitors according the latest figures from ISTAT. This makes it even more appealing for retail and attracts the interest of brands and investors.*

## LUXURY ESTABLISHES ITSELF IN THE CENTER

*Growth in the Italian capital follows two tracks. Commercial activity is focused and is increasing in the streets of the city center due to the impact of tourism; however, at the same time, other streets are clearly stagnating.*

*Rome registered a significant increase in average rents in its prime area. Via dei Condotti consolidated its position as the street with the most expensive rents in the city, with an annual figure of €12,900/m<sup>2</sup>, and as the street with the highest growth in rent prices, at 7,5%. It is followed by Piazza di Spagna and Via del Babuino, with growth rates of 6,9% and 6,2%, respectively. The yield in the prime area, meanwhile, has held steady at an annual 4%.*

## THE ARRIVAL OF NEW BRANDS

*The Eternal City remained very dynamic in 2019, and Via del Corso was the most active prime street of the year, seeing a total of 26 transactions. Skechers opened its first flagship store in Italy on Via del Corso in a 500 m<sup>2</sup> space, prioritizing the opportunity of the premises over the city. Also of note were the arrivals of Yves Saint Laurent to Via dei Condotti and Philipp Plein to Via del Babuino as well as the opening of Temporary Golden Goose on Piazza di Spagna. Notable arrivals to Via Frattina were Intimissimi and Hermetise. ♦*





# VIA DEL BABUINO

## PRIME LOCATION CON POTENZIALE PER REINVENTARSI

Via del Babuino si estende da Piazza del Popolo fino a Piazza di Spagna, parallelamente a Via del Corso, con la quale forma parte del popolare Tridente romano insieme a Via di Ripetta. La via è gemellata con Madison Avenue a New York e accoglie numerosi marchi di prestigio internazionale, tra i quali spiccano Chanel, Tiffany & Co, Pinko, Maje e Sandro.

Situata nel centro storico della città, Via del Babuino trae beneficio dalla presenza di turisti e dall'intensa attività della zona. Nel 2019, il canone di locazione medio annuo è di 6,500€/m<sup>2</sup>, con una crescita del 6.2%. La rendita si attesta intorno al 4% annuale. Nonostante sia una delle strade prime di Roma più accessibili per i brand, la disponibilità aumenta fino al 6.7%, convertendola nella strada con maggior disponibilità di locali vuoti in questo settore, specialmente nel tratto più vicino a Piazza del Popolo.

Durante l'ultimo esercizio, Via del Babuino ha avuto uno scarso dinamismo. Si sono infatti registrate solo due aperture: Monnalisa ai civici 136-137 e Philipp Plein al civico 59.◊

## PRIME LOCATION WITH THE POTENTIAL TO REINVENT ITSELF

*Via del Babuino extends from Piazza del Popolo to Piazza di Spagna and runs parallel to Via del Corso, forming, together with Via di Ripetta, the popular Roman Trident. It is twinned with Madison Avenue in New York and is home to many prestigious international firms, including Chanel, Tiffany & Co., Pinko, Maje and Sandro.*

*Located in the historic city center, Via del Babuino benefits from the presence of tourists and the high level of activity in the area. In 2019, the average rent was €6,500/m<sup>2</sup>, growing at a rate of 6.2%. The yield came in at an annual rate of around 4%. Though it is one of the most accessible of Rome's prime streets to brands, availability has grown to 6.7%, making it the street of its class with the highest number of empty premises, especially in the section closest to Piazza del Popolo.*

*This year, Via del Babuino saw little in the way of activity with just two openings: the arrival of Monnalisa to numbers 136-137 and the arrival of Philipp Plein to number 59.◊*

CANONE ANNUO PER m<sup>2</sup>  
YEARLY RENT per sqm

6.500€

OPERAZIONI  
TRANSACTIONS

4

NUOVE MARCHE  
NEW BRANDS

2

RENDITA  
YIELD

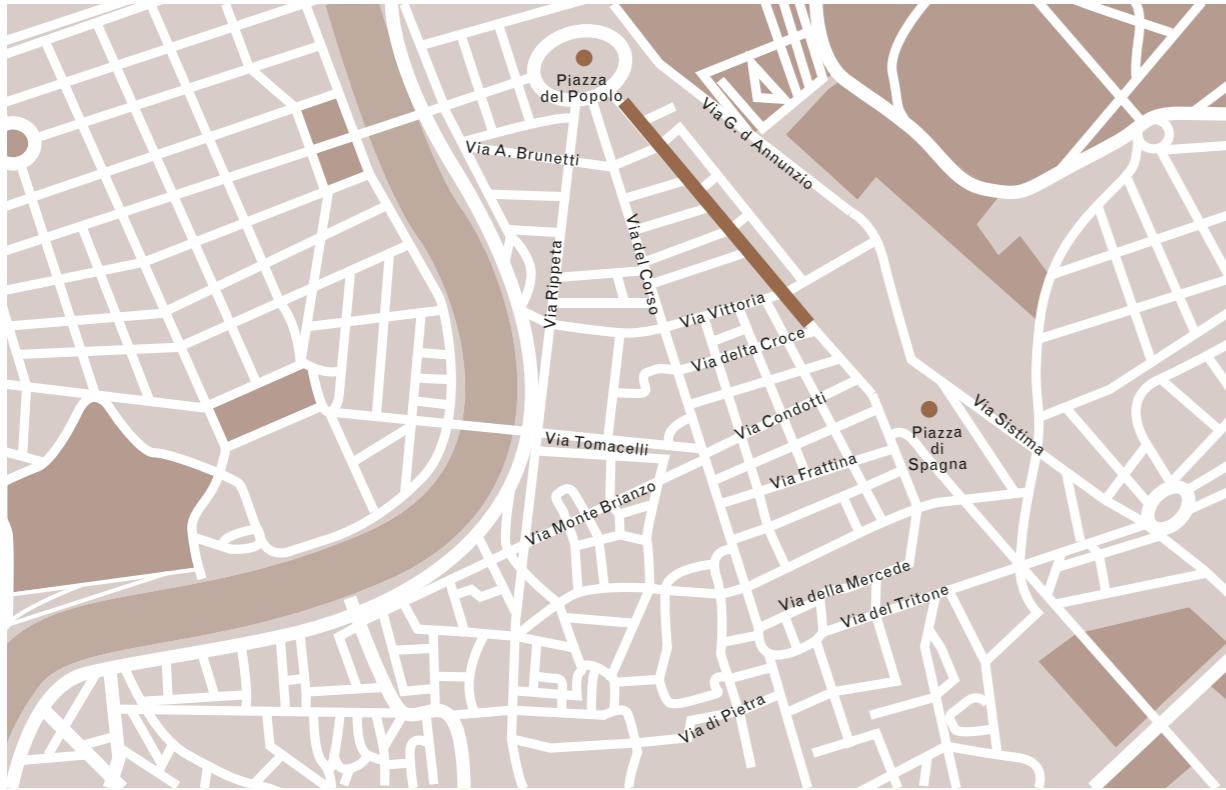
4%

Marchi di riferimento  
Commercial references

Dsquared2,  
Armani,  
Zadig & Voltaire,  
Tiffany & Co.

PIAZZA DI SPAGNA		
Menichini	107-108-110-113	Hogan
Compagnia Italiana	105	115 <b>Disponibile</b>
Mattioli	105	116-118 Tiffany & Co.
Cir Ricami	103	120 Baretto
Etro // Inv.	102	122 Vilebrequin
Chanel	89-101	123 De Bach R.
Ermanno Scervino	97	126 U-Boat
Kiehl's	94-95	128 Decorarte F.lli Pinci
Pinko	92	130-131 Panerai
VIA VITTORIA		
Miu Miu	89-91	132-134 Kenzo
Isabel Marant	87-88	138 → Monnalisa Inv. // ✕ Apolloni
Piazza Sempione	86	138 Angelo Vivanti
Flos	84	139-140 Emporio Armani
Antichità	83	141A-142 Chiara Boni
Gente	80-82	143 Aspesi
Marni	75-76	144A-146 Giovanni Raspini
Gente	77-79	147-147A Claudie Pierlot
Roberto Coin	73-74	148A F.M. Megna
Serapian Milano	71	149 Corneliani
Kiton	69	149 VIA DEI GRECI
Pollini	67	Museo Canova Tadolini
Eres	65	
Il Gufo ✕ // <b>Disponibile</b> ←	64	Hausmann
Valentino	61	Iglesia Sant'Atanasio Dei Greci
Fratelli Rossetti	59/A/B	
Canali ✕ // Philipp Plein ✕	59	Fratelli Rossetti
VIA DEL BABUINO	Galleria D'Arte Benucci	
VIA DI SAN GIOACONOMO		
Antichità Fallani	58A	150 Brunello Cucinelli
Tumi	57	151 Rosato
David Naman	55	152 A. Testoni
Woodrich	54	153-153A <b>Disponibile</b>
Sandro Paris	53/A/B	Iglesia
Altalana / Miss Bikini	52	VIA DI GESÙ E MARIA
Vhernier	51A	154A Leo Pizzo
Carlucci	50	155-157 Moschino
Sandro Ferrone	49	158A Uno de 50
VICOLONE DEL BABUINO		
Maison Margiela	49	161 Mali Parmi
Campo Marzio	47	162-163 Diptique
Fabiana Filippi	44-45	165 Birkenstock
Jo Malone	42-43	VIA LAURINA
Santonni	41A	166 Monomi
Disponibile	38-39	167 Maje
Tory Burch	37	171 Caffè Ristorante
Barrià Boutique	33-34	173 Fabriano
Frau	33	174-175 Stone Island
Mialbag	31	177 → <b>Disponibile</b> // ✕ Filatelia
Editions de Parfums - Frederic Malle	30	178 Rienzi
Outlet ✕ // <b>Disponibile</b> ←	25	179 <b>Disponibile</b>
VIA MARGUTTA	18/2	D Squared 2
Chopard	22-24	VIA DELLA FONTANELLA
Boggi	19-21	Hotel
Aurora Pens	12/18	185-192 Gente Uomo
VICOLO DEL BORGHETO		
Hotel De Russie	21	196 Hotel Piranesi
Dirk Bikkembergs	20	196 Pasquale Bruni
Borsalino	19	199 Optica Spiezia
Bar Don Chischiotti	17	Iglesia
PIAZZA DEL POPOLO		
MAXIRE HIGH STREETS CONSULTANCY		

## ROMA &gt; VIA DEL BABUINO



TRAMO ÚNICO / SINGLE SECTION					
CANONE MEDIO AVERAGE RENT	CANONE MASSIMO MAXIMUM RENT	N. LOCALI N. PREMISES	APERTURE OPENINGS	RENDITA YIELD	DISPONIBILITÀ AVAILABILITY
6.500 Anual / Yearly	7.000 Anual / Yearly	105	2	4%	6,7%
Outlet ✕ // <b>Disponibile</b> ←					

# ESPAÑA

## EL PIB ESPAÑOL, POR ENCIMA DE LA MEDIA EUROPEA

La economía española en 2019 por debajo del 2% por primera vez en cinco años. A pesar de los signos de ralentización que presenta el país, España se sitúa por encima de la media de la zona euro (1,3%) y de la media de la Unión Europa (1,5%). Asimismo, la tasa de paro desciende por debajo del 14% por primera vez en una década. Por su parte, el turismo sigue batiendo cifras récord superando los 80 millones de visitantes con un gasto de más de 90.000 millones de euros.

## LAS RENTAS CRECEN EN PRIME EN UN AÑO MARCADO POR EL INCREMENTO DE SUPERFICIE COMERCIAL

El high street en Barcelona presenta una subida de renta media del 0,9% y en la capital la media se sitúa en un 1%. En un año marcado por la ampliación de metros cuadrados comerciales, el ligero aumento de las rentas pone de relieve la fortaleza del prime. Los principales protagonistas son Paseo de Gràcia en Barcelona y el centro de Madrid, donde las inversiones tanto públicas como privadas dinamizan el mercado.

## ESTANCIAMIENTO DE LAS RENTABILIDADES

En lo relativo a inversión, las rentabilidades se consolidan en niveles históricamente bajos. En Barcelona se sitúa en el 4,5% de media y en Madrid se mantiene en un 4%. El mercado se sigue caracterizando por el gran apetito inversor -incluida la entrada de grandes fondos institucionales- y por la escasez de producto. El ritmo de cierre de operaciones se ralentiza de forma considerable en los últimos años como consecuencia de las altas expectativas de precio de los vendedores.

## EL AUGE DEL COMERCIO ELECTRÓNICO BENEFICIA A LOS EJES PRIME

El consumo a través del comercio electrónico provoca que las marcas dirijan su estrategia hacia la inversión en sus flagships, creando espacios singulares donde el cliente perciba la conexión y compatibilidad de ambos canales de venta, físico y online. La consecuencia directa es que los ejes secundarios se ven perjudicados, ya sea por bajada de rentas o por tasas de desocupación mayores.

## LA BANCA IRRUMPE EN PRIMERA LÍNEA COMERCIAL

Las entidades bancarias empiezan a ocupar progresivamente la primera línea comercial y se suman a la apuesta por las grandes flagships, creando experiencias para el cliente. La apertura de BBVA y CaixaBank en la Avenida Diagonal de Barcelona, así como las de Bankia y CaixaBank en la Calle Serrano de Madrid, ejemplifican esta tendencia. ♦

## SPANISH GDP, HIGHER THAN THE EUROPEAN AVERAGE

The Spanish economy grew in 2019 below the figure of 2% for the first time in five years. Despite signs of slowdown in the country, Spain performed above the averages of the eurozone (1.3%) and the European Union (1.5%). Moreover, the unemployment rate fell below 14% for the first time in a decade. Tourism continues to hit record figures, and in 2019, Spain received more than 80 million visitors, who spent in excess of 90 billion euros.

## PRIME AREA RENTS RISE IN A YEAR MARKED BY AN INCREASE IN RETAIL SPACE

On Barcelona's high street, rents rose an average of 0.9%, while in the capital, the average was 1%. In a year marked by the expansion of retail space, this slight increase highlights the strength of the prime areas. The top players of the year were Passeig de Gràcia in Barcelona and the center of Madrid, where both public and private investments have energized the market.

## STAGNATING YIELDS

When it comes to investment, yields are at historically low levels. In Barcelona, the yield stood at an average 4.5%, and in Madrid, it held fast at 4%. High demand by investors, including the entry of large institutional funds, and limited product continue to characterize the market. The pace at which transactions are concluded has slowed considerably in recent years due to the high prices expected by sellers.

## THE RISE OF E-COMMERCE BENEFITS PRIME STREETS

Consumption through e-commerce channels is causing brands to turn their strategic investments towards their most emblematic stores, creating unique spaces where customers feel a connection and compatibility between both online and physical sales channels. The direct consequence of these decisions comes in detriment to secondary streets, which experience either a drop in rent prices or higher vacancy rates.

## BANKS INVADE THE HIGH STREET

Financial institutions are gradually starting to occupy main shopping streets, joining the tendency towards large flagship stores and creating unique experiences for customers. The openings of BBVA and CaixaBank on Avinguda Diagonal in Barcelona and the arrivals of Bankia and CaixaBank to Calle Serrano in Madrid are clear examples of this trend. ♦



## LA ECONOMÍA CATALANA MODERA SU CRECIMIENTO

La economía catalana pierde fuelle desde la celebración del referéndum en 2017 y crece a un ritmo más moderado. En el conjunto de 2019, el PIB creció un 1,8%, lo que supone ocho décimas menos que en el año anterior. Las cifras revelan que la economía catalana crece por debajo de la española, donde Madrid se posiciona como líder. A pesar de la desaceleración económica, Barcelona sigue batiendo récord de turistas y registra un crecimiento del 6,3% en 2019, con más de 8 millones de turistas.

## LIGERO CRECIMIENTO DE RENTAS

Las rentas en la Ciudad Condal siguen creciendo a un ritmo moderado, registrando un crecimiento medio del 1,25% y una renta media de 162€/m<sup>2</sup>. En línea con el año anterior, Plaza Catalunya y Las Ramblas registran el mayor crecimiento, con una subida del 4,5% respecto al ejercicio anterior. Por su parte, Portal de l'Àngel se consolida un año más como la calle más cara de la ciudad y del país, con una renta media de 295€/m<sup>2</sup>. Asimismo, las rentabilidades se estancan y se sitúan en el 4,5% de media. El mercado de inversión se caracteriza por la escasez de producto disponible, ralentizando el número de operaciones a pesar del apetito inversor. Entre las operaciones de inversión en 2019, destaca la compra de El Corte Inglés situado en Francesc Macià por un valor de 150 millones de euros.

## LA BANCA APUESTA POR LAS PRINCIPALES CALLES PRIME

La capital catalana registra un cambio en el mix comercial con la irrupción de la banca en el eje prime. Las entidades bancarias apuestan por las flagship stores, ocupando grandes superficies en las principales avenidas comerciales de la ciudad y creando experiencias únicas para los consumidores. En Avenida Diagonal, destaca la apertura de BBVA con una oficina de 2.000m<sup>2</sup> y la entrada de CaixaBank, con un local de 2.600m<sup>2</sup> con cafetería en el número 10 de la Plaza Francesc Macià. En Rambla Catalunya, abre Deutsche Bank en el número 57.

## RÉCORD EN EL TRÁFICO DE PASAJEROS

En línea con años anteriores, el Aeropuerto Josep Tarradellas Barcelona-El Prat sigue batiendo cifras récord. El aeropuerto superó los 45 millones de pasajeros de enero a octubre de 2019, lo que supone un 4,9% más que en los mismos meses del pasado ejercicio, y se consolida como el segundo aeropuerto más transitado del país, solo por detrás de Madrid.

## LOS CENTROS COMERCIALES GOZAN DE BUENA SALUD

Los centros comerciales se consolidan, representando un mercado maduro pero con oportunidades. A pesar de que en 2019 no se ha registrado ninguna apertura en Barcelona, para 2021 se prevé la apertura del Nou Centre El Masnou, un centro comercial que contará con 7.500 metros de superficie comercial y más de 30 locales. Para el mismo año, también se espera la ampliación de La Maquinista. ♦

## CATALAN ECONOMIC GROWTH HAS SLOWED

*The Catalan economy has lost steam since the independence referendum in 2017 and is growing at a more moderate pace. Overall, in 2019, its GDP grew 1.8%, eight tenths of a percentage point less than the year prior. These numbers reveal that the Catalan economy is growing more slowly than the economy of Spain as a whole, where Madrid enjoys the leading position. The economic slowdown notwithstanding, Barcelona continues to attract record tourism and saw a 6.3% increase in 2019, with more than 8 million tourists.*

## SLIGHT INCREASE IN RENT PRICES

*Rent prices in Barcelona continue to grow at a moderate pace, with an average growth of 1.25% and an average rent of €162/m<sup>2</sup>. As was the case last year, the highest growth was on Plaça Catalunya and Les Rambles, which rose 4.5% compared to the prior year. Portal de l'Àngel once again topped the list this year as the most expensive street in the city and the country, with rents averaging €295/m<sup>2</sup>. In addition, yields stagnated, coming in at an average of 4.5%. The investment market is characterized by a lack of available product, slowing the number of transactions despite interest by investors. Standing out among the investment transactions in 2019 was purchase of the El Corte Inglés at Francesc Macià for 150 million euros.*

## BANKS INVEST IN THE MAIN PRIME STREETS

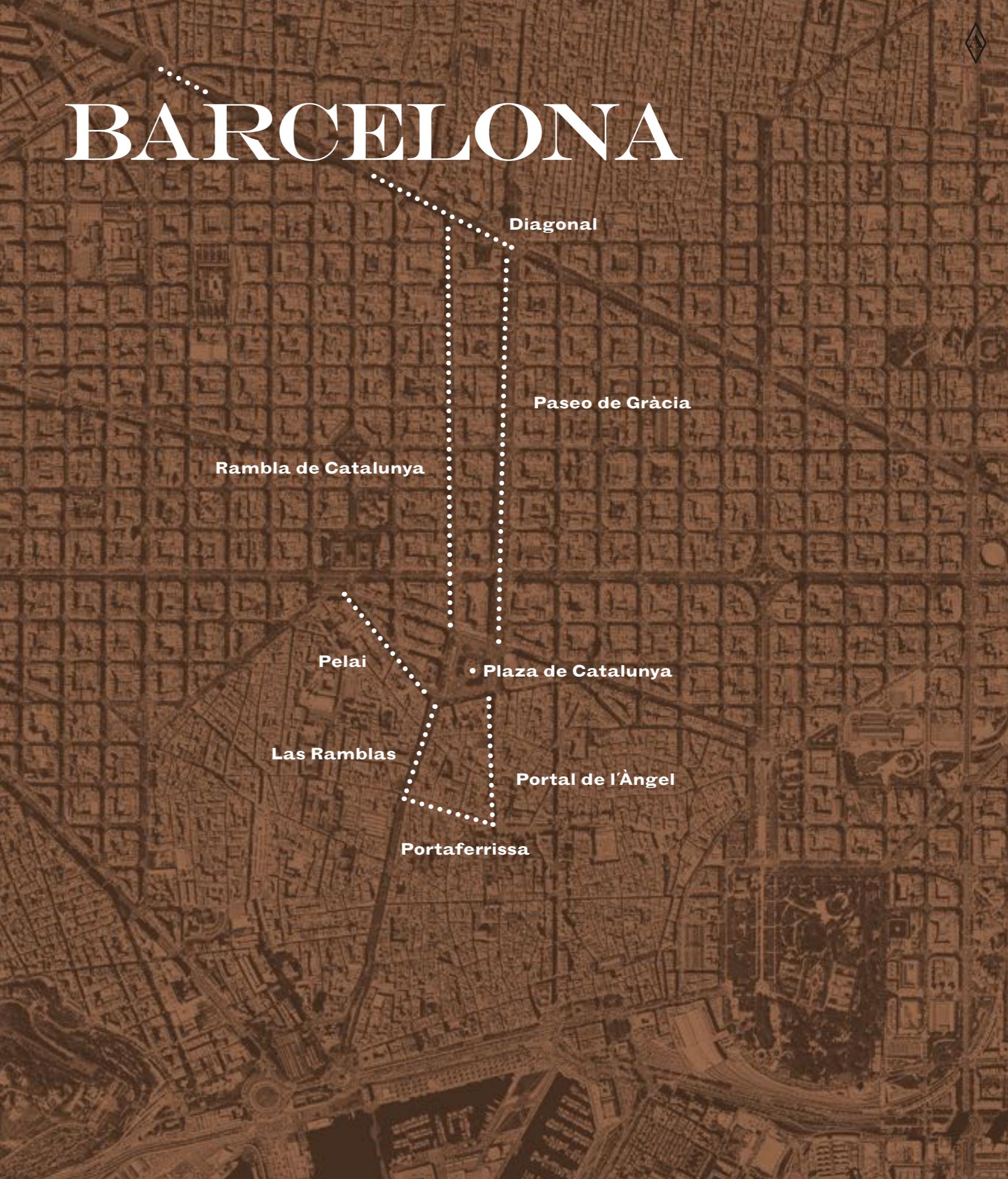
*The Catalan capital is experiencing a change in commercial mix with the appearance of banks on its prime streets. Financial institutions are investing in flagship stores, occupying large premises on the city's main shopping streets and creating unique experiences for consumers. Noteworthy on Avinguda Diagonal were the opening of a 2,000 m<sup>2</sup> space by BBVA and the arrival of CaixaBank, with a 2,600 m<sup>2</sup> premises and cafeteria at Plaça Francesc Macià, number 10. On Rambla Catalunya, Deutsche Bank has installed itself at number 57.*

## RECORD PASSENGER TRAFFIC

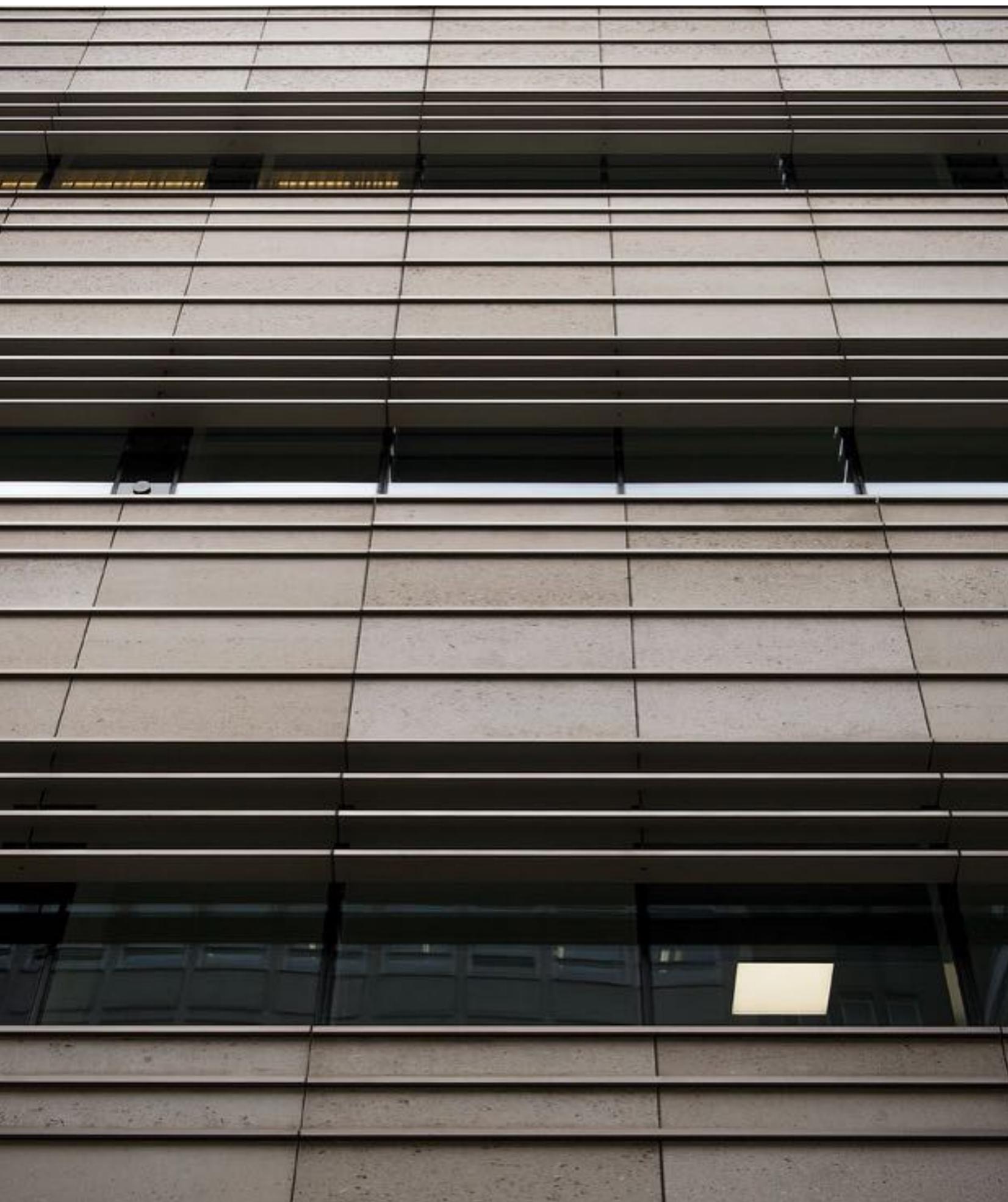
*Just as in past years, the Josep Tarradellas Barcelona-El Prat Airport once again shattered records. The airport saw more than 45 million passengers from January to October 2019, a 4.9% increase compared to the same months in 2018, reaffirming its position as the second-busiest airport in the country after Madrid.*

## SHOPPING CENTERS ENJOY GOOD HEALTH

*Shopping centers are consolidating their presence, representing a market that is mature but with opportunities. Although there were no new openings in Barcelona in 2019, the Nou Centre El Masnou shopping center is slated to open in 2021. It will have 7,500 square meters of retail space and be home to more than 30 stores. An expansion of La Maquinista is also expected that same year. ♦*



# BARCELONA



# DIAGONAL

## LA BANCA APUESTA POR EL EJE PRIME

Diagonal es la mayor avenida de Barcelona y vertebría toda la ciudad. Vive buenos tiempos desde su remodelación urbanística en 2015, que incluyó la renovación de las aceras. Las rentas crecen de manera sostenida desde entonces, con un interés ascendente en la avenida por parte de los principales operadores.

Las rentas siguen al alza en el último año: en 2019, la renta media ha alcanzado los 68€/mes/m<sup>2</sup>, lo que supone un crecimiento del 1,5% respecto al ejercicio anterior. Por su parte, la rentabilidad se mantiene estable en el 5,5%, con dos operaciones de inversión a lo largo del año: la venta del edificio de El Corte Inglés en Francesc Macià y la del núm. 594.

La irrupción de la banca es la principal tendencia del 2019. Los gigantes bancarios apuestan de forma decidida por flagship stores, ocupando grandes superficies en las que ofrecer experiencias premium a sus clientes y posicionar su imagen de marca. La entrada de CaixaBank en Francesc Macià, con un local de 2.600m<sup>2</sup> que incluye un espacio de restauración de los hermanos Torres, es el principal ejemplo. El BBVA, con una oficina boutique de 2.000m<sup>2</sup> en el núm. 463 de la avenida, se suma también a esta tendencia en el último año. Entre las operaciones, destaca también la apertura de Orange en el núm. 264 y la nueva flagship de la marca londinense Hackett en el núm. 572, que ocupa el local que dejó Michael Kors. En línea con años precedentes, los diferentes tramos de la avenida se consolidan con un tejido comercial sectorizado. El tramo que acoge los principales locales de hogar se afianza con la entrada de Orden en Casa en el núm. 439 y Casa en el 407.

En 2020, se prevé el desembarco de Casa Seat, la nueva apuesta de la firma automovilística, en un espacio de más de 2.600m<sup>2</sup> repartidos en cuatro plantas en la esquina con Paseo de Gracia. El edificio, que aspira a convertirse en un referente cultural de la Ciudad Condal, será sin duda una de las grandes aperturas del próximo año y se espera que suponga un impulso adicional a la avenida catalana. ♦

## BANKS INVEST IN THE PRIME STREET

*Avinguda Diagonal is the largest avenue in Barcelona and is the backbone for the entire city. It has been living good times since the urban renewal project of 2015, which included a renovation of its sidewalks. Rent prices have grown steadily since then, with increasing interest in the avenue by major operators.*

*Rents continued to climb in 2019, averaging out at €68/m<sup>2</sup> per month, an increase of 1.5% over the prior year. The yield, in turn, held stable at 5.5%, with two investment transactions during the year: the sale of the El Corte Inglés building at Francesc Macià and the sale of number 594.*

*The advent of banking is the major trend of 2019. Banking giants are investing heavily in flagship locations, occupying large spaces in which to offer premium experiences to their customers and position their brand image. The arrival CaixaBank to Francesc Macià with a 2,600 m<sup>2</sup> premises including a restaurant space operated by the Torres brothers is the main example. BBVA also jumped on the bandwagon this past year, with a 2,000 m<sup>2</sup> boutique office at number 463.*

*Other noteworthy transactions include the opening of Orange at number 264 and the new flagship store of London brand Hackett at number 572 in premises formerly occupied by Michael Kors. In line with previous years, there has been a consolidation of different retail sectors in different segments of the street. The stretch featuring the main home furnishings retailers was further reinforced by the arrivals of Orden en Casa to number 439 and Casa to 407.*

*2020 will bring the opening of Casa Seat, a new concept by the Seat automobile maker, in a new four-floor, 2,600 m<sup>2</sup> space at the corner of Passeig de Gracia. The building, which aspires to become a cultural landmark in Barcelona, will undoubtedly be one of the major openings next year and is expected to provide an additional boost to the Catalan avenue. ♦*

RENTA MENSUAL m<sup>2</sup>  
MONTHLY RENT per sqm

68€

OPERACIONES  
TRANSACTIONS

13

NUEVAS MARCAS  
NEW BRANDS

8

RENTABILIDAD  
YIELD

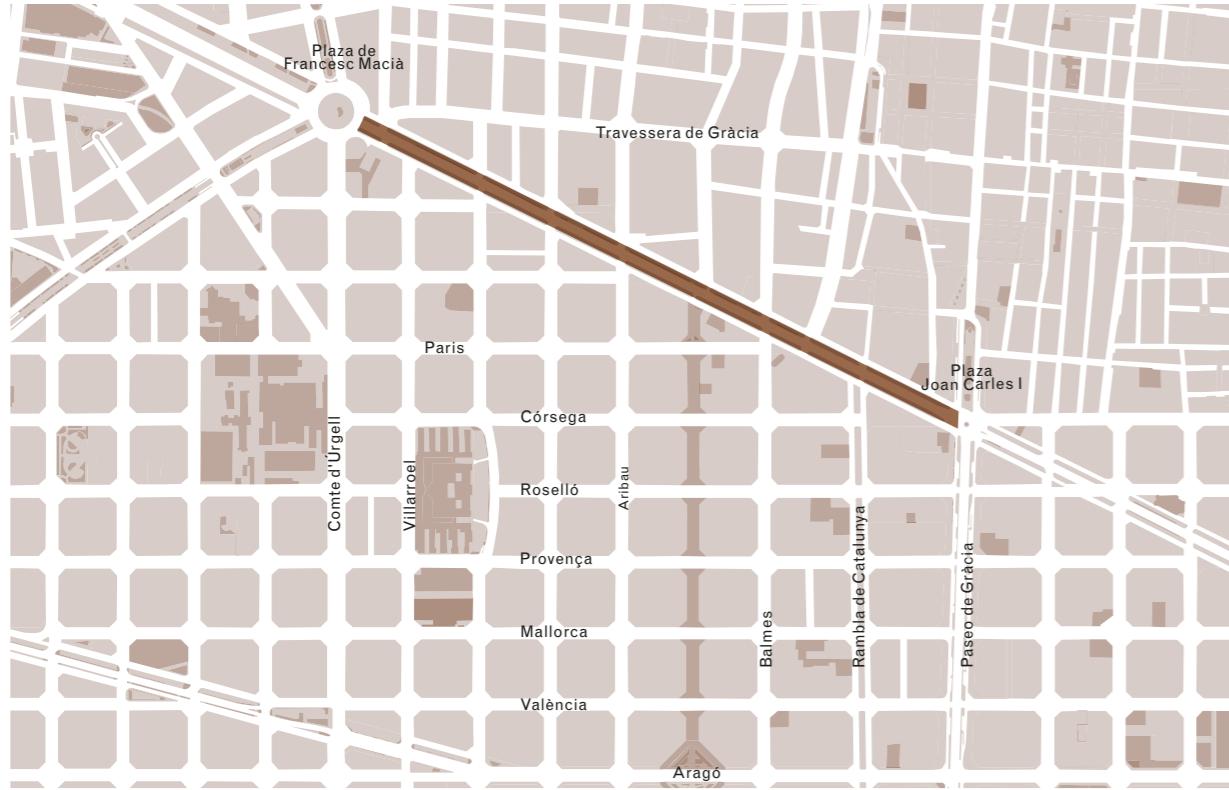
5,5%

Referencias comerciales  
Commercial references

Oysho, Zara,  
Parfois, Mango,  
Massimo Dutti,  
Mediamarkt,  
Rituals

PLAZA FRANCESC MACÍA	
Caixabank	481
Medianmarkt	477
ING	475
Inversión // 	471
VILLARROEL	
Europa Café	469
Jean Pierre Bua	469
Vista Alegre	467
Chez Cocó	465
Corp x // BBVA B	463
Sala Barcelona	463
Conti	463
Oficinas	461
Didizabás	459
Tartine et Choccolat	459
Renta 4 Bank	459
CASANOVA	
San Telmo	580
Zapata	580
BBVA	453
Connected Home	449
El Racó	449
Nice&Crazy x // Disponible <	445
Sanitas	443
Cafetería Teo	441
Caser Salut	441
Balfgó	439
MYC Home Linens x // Orden en Casa	439
Franc Sarbia	439
Tango Bank	437
Workcenter	437
Ash	435
Dormity	435
Natuzzi B	433
Bar Cros	433
Banco Santander	433
MUNTANER	
Bankia	431
La Tagliatella	431
Zurich	431
Disponible	429
LDLC	427
Pomodoro x // Sentore <	425
La Dama	425
ENRIC GRANADOS	
Granier x // Vivari <	421
Doméstico Market	421
Doméstico Market	419
Sarkany x // Disponible <	419
Línea Diagonal	417
Manu Garcia	415
Macson	413
Punto Blanco	413
Tulip Lingerie	411
El Fornet d'en Rossend	411
D409 x // Disponible <	409
Rosa Clara	409
ARIBAU	
GR Joyería	538
Opatta // Fyord	580
Comptoir des Cotonniers	580
Samsonite // Lipault	580
Connected Home	578
Bimba y Lola	578
Hugo Boss	578
PASAJE MARIMÓN	
Hackett // Disponible	572
Sandro	572
Movistar	570
Hotel President	570
Conti	590
Mango Kids	588
Mango Man	586
Mango	586
Zara	584
BALMES	
Zuwillig	407
Maisons du Monde	405
Línea Diagonal	417
Kuoni Viajes x // Casa <	407
Zwilling	407
Puerto Chico x // Viena <	405
Banca March	405
Pilma	403
Women'secret	399
Cortefiel	397
RAMBLA CATALUNYA	
Librería Diputació	393
La Farga	391
Caixabank	389
CÖRSÉGA	
Palau Robert	
MINERVA	
Privat Bank	464
Tascón	462
Aeronautica Militare	462
KFC	460
Grup Montana Outlet	460
Deopalace	458
Banc Sabadell	456
Caixabank	452
Iglesia de Pompeia	450
RIERA DE SANT MIQUEL	
Casa Seat // Disponible	444
PASSEIG DE GRÀCIA	
PASEO DE GRACIA	

## BARCELONA > DIAGONAL



TC group  
solutions

El tráfico anual medio registrado en el Paseo de Gracia de Barcelona durante 2019 es de 8.115 personas.\*

El CCP del Paseo de Gracia de Barcelona es de 14,1 euros en 2019, siendo el CCP más alto de las calles de Barcelona analizadas en este informe.\*

The registered average annual traffic at Diagonal during 2019 is 5.910 people, being the commercial street with the lowest traffic among the streets of Barcelona analyzed in this report.\*

The PCC of Diagonal in Barcelona is 3,6 euros in 2019, the lowest PCC of the Barcelona streets analyzed in this report, following Pelai.\*

TRAMO PAR ALTO / HIGH EVEN SECTION						
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	INVERSIÓN INVESTMENT	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
80 €/m <sup>2</sup> Mensual Monthly	117 €/m <sup>2</sup> Mensual Monthly	23	6	2	5,3 %	4,3 %
TRAMO PAR BAJO / LOW EVEN SECTION						
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	INVERSIÓN INVESTMENT	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
51 €/m <sup>2</sup> Mensual Monthly	75 €/m <sup>2</sup> Mensual Monthly	48	2	0	5,6 %	6,3 %
TRAMO IMPAR / ODD SECTION						
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	INVERSIÓN INVESTMENT	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
42 €/m <sup>2</sup> Mensual Monthly	60 €/m <sup>2</sup> Mensual Monthly	64	6	1	5,9 %	4,7 %
SECCIÓN SECTION						
PEATONES/DÍA PEDESTRIANS/DAY	EUR/M <sup>2</sup> /MES EUR/SQM/MONTH	EUR/M <sup>2</sup> /AÑO EUR/SQM/MONTH	CCP 2020	TRÁFICO MEDIO AVER. TRAFFIC	CCP MEDIO CCP MEDIUM	
Tramo par alto / High even section	9.307	80	960	2,83		
Tramo par bajo / Low even section	5.555	51	612	3,02	5.910	3,6
Tramo impar / Odd section	2.869	42	504	4,81		

## LA CAPITAL, MOTOR DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO ESPAÑOL

La economía madrileña registra en 2019 un aumento del 2,6%, siete décimas por encima de la media nacional y ocho décimas por encima de Cataluña. El turismo también crece y bate un nuevo récord con más de 9 millones de visitantes.

## EL CENTRO DE MADRID LIDERÁ EL CRECIMIENTO DE RENTAS EN CALLES PRIME

En términos globales, las rentas en las principales calles comerciales del centro crecen un 1%. El corazón de la capital ha sido el indiscutible protagonista del año, con Gran Vía, Fuencarral, Preciados y Sol como claros ejemplos de este crecimiento. Por otro lado, los precios de los alquileres en las principales calles del barrio de Salamanca se consolidan.

## GRAN APETITO INVERSOR

Respecto al mercado inversor, las rentabilidades se mantienen en niveles históricamente bajos, registrando un 4,2% de rentabilidad media. El 2019 se caracteriza por la apuesta de los grandes fondos institucionales que, atraídos por la seguridad del *prime*, invierten en la capital, fortaleciendo y dinamizando las arterias del centro de la ciudad. A pesar del apetito inversor, la oferta disponible es escasa, lo que provoca una caída en el número de operaciones y ralentiza el proceso de cierre.

El centro de la ciudad se convierte en el receptor principal de inversiones, tanto públicas como privadas, que han revitalizado considerablemente el corazón de Madrid. La suma de la ampliación de las aceras y las obras del metro en Gran Vía, la peatonalización de la calle Alcalá, la apuesta de los grandes fondos de inversión —donde destaca el proyecto hotelero y comercial Centro Canalejas del grupo OHL—, la entrada de los mexicanos Díaz-Estrada en calle Montera para abrir una gran zona comercial y próximas aperturas hoteleras, como el lujoso Four Seasons y el Hotel RIU Plaza España, dinamizan el centro de Madrid.

## LA BANCA IRRUMPE EN EL EJE PRIME

El sector financiero aparece como nuevo actor en el sector *prime*. La banca irrumpió en los principales ejes comerciales, apostando por la apertura de grandes *flagships*, un nuevo modelo de oficina con locales muy diáfanos al estilo de las tiendas de moda. En línea con esta tendencia, destaca la reubicación de Bankia y la apertura de CaixaBank en Serrano, en plena Milla de Oro madrileña.

## CONSOLIDACIÓN DE LOS CENTROS COMERCIALES

El sector de los centros comerciales se consolida con la apertura de X-Madrid y la previsión de la apertura de otros 4 centros comerciales entre los que se encuentra el futurista Open Sky. ♦

## THE CAPITAL, SPAIN'S ECONOMIC GROWTH ENGINE

The economy of Madrid recorded 2.6% growth in 2019, seven tenths of a percentage point above the national average and eight tenths above that of Catalonia. Tourism also experienced solid growth, and the region set a new record of 9 million visitors.

## MADRID'S CENTER LEADS HIGH STREET RENT PRICE GROWTH

Overall, rent prices on the main commercial streets in the center grew by 1%. The heart of the capital was the undisputed star of the year, with Gran Vía, Fuencarral, Preciados and Sol emerging as clear examples of this growth. Rent prices on the main streets of the Salamanca district held stable.

## HIGH INVESTOR INTEREST

In the investment market, yields remained at historically low levels, averaging out at 4.2%. A defining feature of 2019 was investment by large institutional funds, which, attracted by the safety of the prime areas, invested in the capital, strengthening and energizing the major streets in the city center. Despite interest by investors, availability remained very limited, resulting in a drop in the number of transactions and slowing down the closing process.

The city center was the main recipient of investments, both public and private, and these have gone a long way to revitalize the heart of Madrid. A range of activities, including the widening of the sidewalks and work on the subway on Gran Vía, the pedestrianizing of Calle Alcalá, investments by large investment funds (particularly the Centro Canalejas hotel and retail project by OHL Group), the arrival of Mexicans Díaz-Estrada to Calle Montera to open a large shopping area as well as upcoming hotel openings, such as the luxurious Four Seasons and the Hotel RIU Plaza España, are reinvigorating the center of Madrid.

## BANKS INVADE THE PRIME STREET

The financial sector has emerged as a new actor in the prime sector. Banks have burst into the main shopping areas, opening large flagship locations, a new type of branch with very open premises that mimic fashion stores. Noteworthy examples of this trend include the relocation of Bankia and the opening of CaixaBank on Serrano in the heart of Madrid's Golden Mile.

## SOLIDIFICATION OF SHOPPING CENTERS

The shopping center sector is consolidated with the opening of X-Madrid and the plans to open 4 other shopping centers, including the futuristic Open Sky. ♦





# ORTEGA Y GASSET

## APUESTA DEL GRUPO DE LUJO FRANCÉS LVMH

Situada en el exclusivo barrio de Salamanca, Ortega y Gasset se consolida como la referencia del lujo por excelencia en la capital. La calle, que representa uno de los ejes principales de la conocida Milla de Oro, alberga prestigiosas firmas internacionales como Chanel, Hermès, Dior, Cartier, Tod's, Bvlgari, Valentino, Dolce & Gabbana, Jimmy Choo, Escada y más.

En línea con los ejercicios anteriores, las rentas se consolidan en 2019: la renta media se mantiene en los 190€/m<sup>2</sup>, mientras que la renta máxima alcanza los 245€/m<sup>2</sup>. La rentabilidad se sitúa en el 4,5%, sin operaciones de inversión el último año.

El grupo de moda de lujo LVMH ha apostado con fuerza por la calle, con operaciones en los últimos ejercicios como la ampliación de la tienda Dior en el número 6 y la apertura de Céline en el número 16 con un espacio de 174m<sup>2</sup>. El conglomerado francés reafirma así su presencia, ya que también cuenta con las firmas Loro Piana, Bvlgari y Chaumet en la vía.

Entre las operaciones de 2019, cabe destacar la inauguración de la relojería suiza IWC, perteneciente al grupo Richemont, en el número 15. El espacio consta de 80m<sup>2</sup> divididos en dos plantas y representa la primera tienda de la firma en la capital. Por su parte, Alibuilding abre su primera boutique inmobiliaria en Madrid en el número 27. ♦

## INVESTMENT BY FRENCH LUXURY GROUP LVMH

*Located in the exclusive Salamanca district, Ortegay Gasset remains the benchmark for luxury in the capital. One of the major streets in the famous Golden Mile, it is home to prestigious international firms like Chanel, Hermès, Dior, Cartier, Tod's, Bvlgari, Valentino, Dolce & Gabbana, Jimmy Choo, Escada and more.*

*As in past years, rent prices remained stable in 2019, averaging €190/m<sup>2</sup> and maxing out at €245/m<sup>2</sup>. The yield was 4.5%, and no investment transactions took place over the year.*

*Luxury fashion group LVMH invested heavily in the street in recent years, with transactions like the expansion of the Dior store at number 6 and the opening of a 174 m<sup>2</sup> Céline boutique at number 16. These reaffirm the presence of the French conglomerate, which is also present with Loro Piana, Bvlgari and Chaumet on the street.*

*Of the transactions in 2019, notable was the opening of Swiss watchmaker IWC, part of the Richemont Group, at number 15. This 80 m<sup>2</sup> space spread across two floors is the firm's first shop in the capital. Also noteworthy was the arrival of Alibuilding, which opened its first real estate boutique at number 27. ♦*

RENTA MENSUAL m<sup>2</sup>  
MONTHLY RENT per sqm

190€

OPERACIONES  
TRANSACTIONS

1

NUEVAS MARCAS  
NEW BRANDS

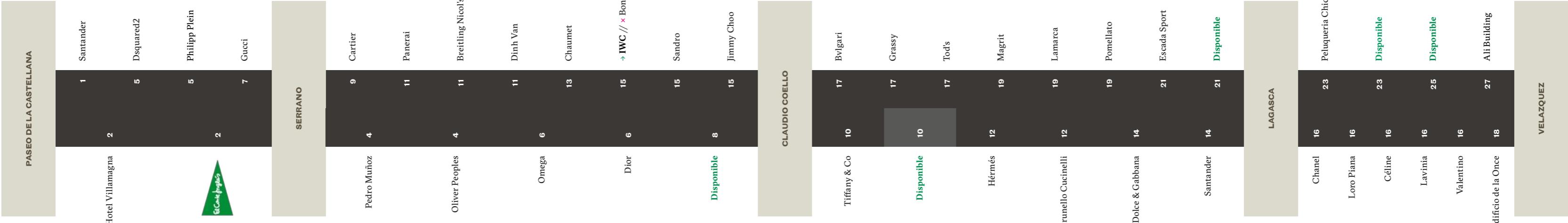
1

RENTABILIDAD  
YIELD

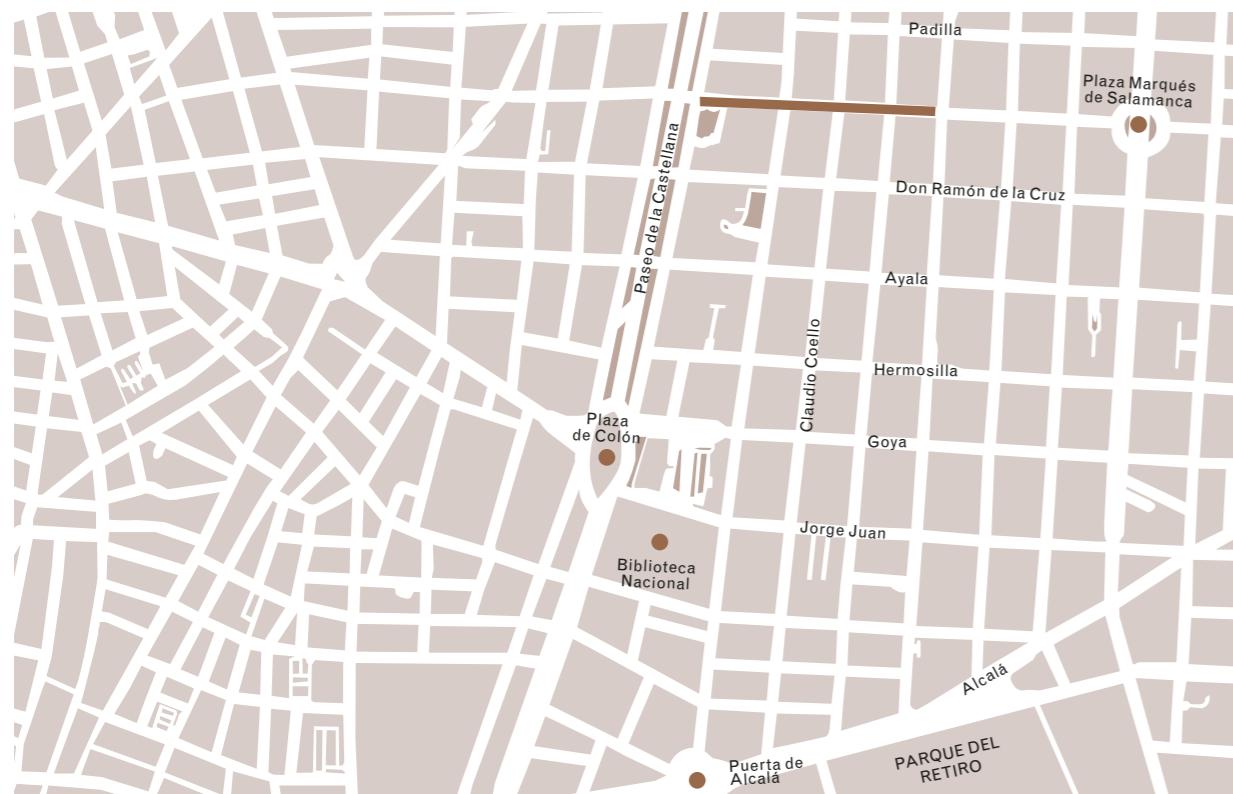
4,5%

Referencias comerciales  
Commercial references

Chanel, Hermès,  
Dior, Tod's, Bvlgari



## MADRID > ORTEGA Y GASSET



El tráfico anual medio registrado en la calle Ortega y Gasset durante 2019 es de 3.892 personas, siendo el tráfico más bajo de las calles de Madrid analizadas en este informe.\*

El CCP de calle Ortega y Gasset de Madrid es de 16,1 euros en 2019, siendo el CCP más alto de las calles de Madrid analizadas en este informe.\*

The registered average annual traffic at Ortega y Gasset during 2019 is 3.892 people, being the commercial street with the lowest traffic among the streets of Madrid analyzed in this report.\*

The CCP of Ortega y Gasset in Madrid is 16,1 euros in 2019, the highest CCP of the Madrid streets analyzed in this report.\*

### TRAMO ÚNICO / SINGLE SECTION

RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	INVERSIÓN INVESTMENT	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
190 €/m <sup>2</sup> Mensual / Monthly	245 €/m <sup>2</sup> Mensual / Monthly	43	1	0	4,5 %	13,3 %



SECCIÓN SECTION	PEATONES/DÍA PEDESTRIAN/DAY	EUR/M <sup>2</sup> /MES EUR/SQM/MONTH	EUR/M <sup>2</sup> /AÑO EUR/SQM/MONTH	CCP 2020	TRÁFICO MEDIO AVER. TRAFFIC	CCP MEDIO CCP MEDIUM
Tramo único / Single section	3.892	190	2.280	16,05	3.892	16,1

[WWW.ASCANA.ES](http://WWW.ASCANA.ES)

**PARÍS**

Rue des Vignes 37, 1<sup>o</sup>  
Tel. +33 615 268 043

**MILANO**

Via Monte di Pietà 21, 4<sup>o</sup>  
Tel. +39 0 286 337 811

**BARCELONA**

Paseo de Gràcia 10, 4<sup>o</sup>  
Tel. +34 934 676 662

**MADRID**

Serrano 6, 3<sup>o</sup>  
Tel. +34 913 086 665