

2022

15^a/th
EDICIÓN
EDITION

**Informe de Locales
Comerciales
en Primera Línea**

**High Street
Retail Report**

ASCANA

EXPANSION

ASCANA 2023 18TH YEARS LOVERETAIL

En su 18 aniversario, ASCANA, consultora inmobiliaria de expansión e inversión en locales comerciales, referente en Europa, presenta la decimoquinta edición del informe ASCANA de locales comerciales de primera línea en Europa.

Con sede en París, Milán, Madrid y Barcelona, ASCANA opera en las principales ciudades europeas representando a las marcas europeas más exclusivas en su desarrollo internacional y ocupándose de la compra y gestión eficiente de sus activos en primera línea.

Su amplia trayectoria y experiencia permite a la compañía contar con un amplio conocimiento de las tendencias en venta y alquiler de las zonas comerciales prime, convirtiéndola en uno de los referentes principales del mercado de la compraventa de locales comerciales con desarrollo inmobiliario de Europa.

Este profundo conocimiento del sector, le permite también ofrecer a sus clientes asesoramiento de altísimo nivel y elaborar anualmente este informe que analiza de manera objetiva las tendencias de las principales zonas comerciales de París, Ámsterdam, Lisboa, Milán, Roma, Atenas, Barcelona y Madrid.

El Informe ASCANA 2022, persigue ayudar a los responsables de expansión de marcas comerciales, propietarios, inversores y profesionales del sector retail en su toma de decisiones, aportando una visión actualizada del mix comercial, rentas medias por metro cuadrado, tendencias de flujo de visitantes y últimas operaciones de las calles más relevantes de cada ciudad analizada.

Como cada año, el estudio profundiza en la situación actual de cada zona comercial, incluyendo los key plan de las calles estudiadas donde aparecen las entradas, salidas y reformas realizadas durante 2022 y una representación de las marcas sobre el mapa.

Un exhaustivo estudio que nace del rigor analítico de ASCANA que se ha convertido en una herramienta de análisis y consulta de referencia para marcas, propietarios e inversores. ♦

This year, ASCANA, Europe's leading real estate consultancy for retail expansion and investment in commercial properties, is celebrating its 18th anniversary with the 15th edition of the ASCANA European High Street Retail Report.

ASCANA has offices in Paris, Milan, Madrid and Barcelona and works in Europe's major cities, representing the continent's most exclusive brands as with their international expansions as well as with the purchasing and efficient management of their high street assets.

Because of its position and extensive experience, ASCANA possesses deep insight on rental and sales trends in prime retail areas, making it one of the leading property development specialists in the European market for retail premises.

With its comprehensive industry knowledge, the company is further able to provide its clients first-rate consulting services as well as prepare this annual report, which offers an unbiased analysis of the trends of the top retail areas in Paris, Amsterdam, Lisbon, Milan, Rome, Athens, Barcelona and Madrid.

The 2022 ASCANA report aims to serve as a useful decision-making tool for brand expansion managers, owners, investors and retail industry professionals by furnish an up-to-date overview of the current retail mix, average rent prices per square meter, visitor traffic trends and most recent transactions on the key streets of each city assessed.

As every year, the study offers an in-depth look at the current status of each retail area, accompanied by key plans of the streets examined featuring the arrivals, departures and renovations that took place in 2022 and the placement of the brands on the map.

This is a meticulous study, fruit of rigorous analyses by ASCANA, and has become a reference document and analytical tool for brands, owners and investors. ♦

EUROPE

UN AÑO MARCADO POR LA INFLACIÓN A YEAR OF INFLATION

Tras un fuerte comienzo de año, caracterizado por un regreso del gasto de los consumidores, tras la relajación de las medidas de contención frente a la COVID 19, la economía europea moderó su crecimiento durante la segunda mitad del año debido principalmente a la situación generada por la guerra de Rusia contra Ucrania, la inflación y la crisis energética. Con todo, se estima que el PIB de la Unión Europea experimentó un crecimiento del 3,3% durante el año.

Sin cifras aún cerradas, la economía portuguesa, con unas previsiones de crecimiento superiores al 6,6% encabezan el listado de los países analizados en este informe, seguido de Grecia, España y los Países Bajos, donde, pese a que el PIB decreció un -0,2% en el último trimestre del año, se augura un crecimiento del 4,2% en 2022. Italia, que ha mostrado un mejor comportamiento que el resto de las economías europeas, sitúa el crecimiento del PIB en el 3,9%. En el lado opuesto, con unas perspectivas económicas inciertas, Francia limita la subida del PIB en 2022 al 2,6%.

La economía europea se ha visto marcada por un drástico aumento de la tasa de inflación interanual que alcanzó su cota máxima en noviembre de 2022 situándose en el 10%. Entre los países analizados en el informe, Italia con un 12%, Holanda con un 11% y Portugal con un 9,8% se posicionan a la cabeza, al contrario de Grecia con 7,6%, Francia con 6,7% y España con un 5,6%.

Pese a todo, el sector *retail*, especialmente en su versión *prime*, se ha visto beneficiado de la mejor cara de la economía europea. La tendencia al alza en las rentas de las principales calles comerciales se mantiene salvo en Via Frattina en Roma, donde las rentas han descendido por un cambio de tendencia en la vía. ♦

The year started out strongly as consumer spending returned after the relaxation of COVID-19 restrictions. Growth slowed in the second half of the year, however, due primarily to Russia's war against Ukraine, inflation and the energy crisis. All told, the GDP of the European Union is estimated to have grown by 3.3% over the year.

Though figures are not yet final, the Portuguese economy tops the list of countries analyzed in this report, with projected growth in excess of 6.6%. It is followed by Greece, Spain and the Netherlands, whose growth in 2022 is expected to be 4.2%, despite that its GDP dropped 0.2% in the last quarter of the year. Italia, which has performed better than the remaining European economies, projects GDP growth of 3.9%. At the opposite end of the spectrum is France, where uncertain economic prospects have limited its 2022 GDP rise to 2.6%.

The European economy was impacted by a drastic increase in year-on-year inflation, which climbed as high as 10% in November 2022. With respect to the countries analyzed in this report, Italy (12%), the Netherlands (11%) and Portugal (9.8%) topped the list, contrary to the lower rates in Greece (7.6%), France (6.7%) and Spain (5.6%).

All this notwithstanding, the retail sector—and prime retail in particular—have benefited from the better aspects of the European economy. Returns on the principal high streets continued to rise, except on Via Frattina in Rome, where rents have fallen due to a change in trend on the street. ♦



EL RETORNO
DEL TURISMO EXTRANJERO

La capital parisina, que comenzó el año disfrutando de un espectacular repunte económico, experimentó una desaceleración durante los últimos meses de 2022 donde, la menor demanda exterior de bienes y servicios franceses, la mayor apreciación del euro y la mayor subida de los tipos de interés, disparó el déficit público hasta el 6,5%.

Por el contrario, el atractivo de la ciudad de la luz ha vuelto a relucir tras la pandemia y la capital experimentó una reactivación del turismo que se tradujo en la acogida de 12,1 millones de turistas entre enero y junio de 2022, un espectacular crecimiento frente a los 3,7 millones de visitantes que recibió durante el mismo periodo del 2021.

El eterno *savoir-faire* parisino, foco de atención de las marcas, persiste favoreciendo la actividad retail que ha experimentado un año de enorme dinamismo en el que hemos visto la llegada de nuevas marcas a las principales calles comerciales del corazón de Francia.

Paris sigue siendo líder del sector del lujo y los grandes grupos y marcas han sabido aprovechar el descenso de la demanda de los años de la pandemia para estudiar nuevas oportunidades y preparar un regreso que por fin se ha visto materializado en estrategias reubicaciones y ampliaciones de locales.

El retorno del turismo se ha dejado sentir en la calle Saint Honoré, traduciéndose en un aumento de las rentas del 1,5% que augura la recuperación total de la arteria principal de la opulencia parisina. ◇

FOREIGN TOURISM IS BACK

The French capital, which began the year with a spectacular economic recovery, slowed in the final months of 2022. Lower demand abroad for French goods and services, greater appreciation of the euro and rising interest rates drove public deficit up by 6.5%.

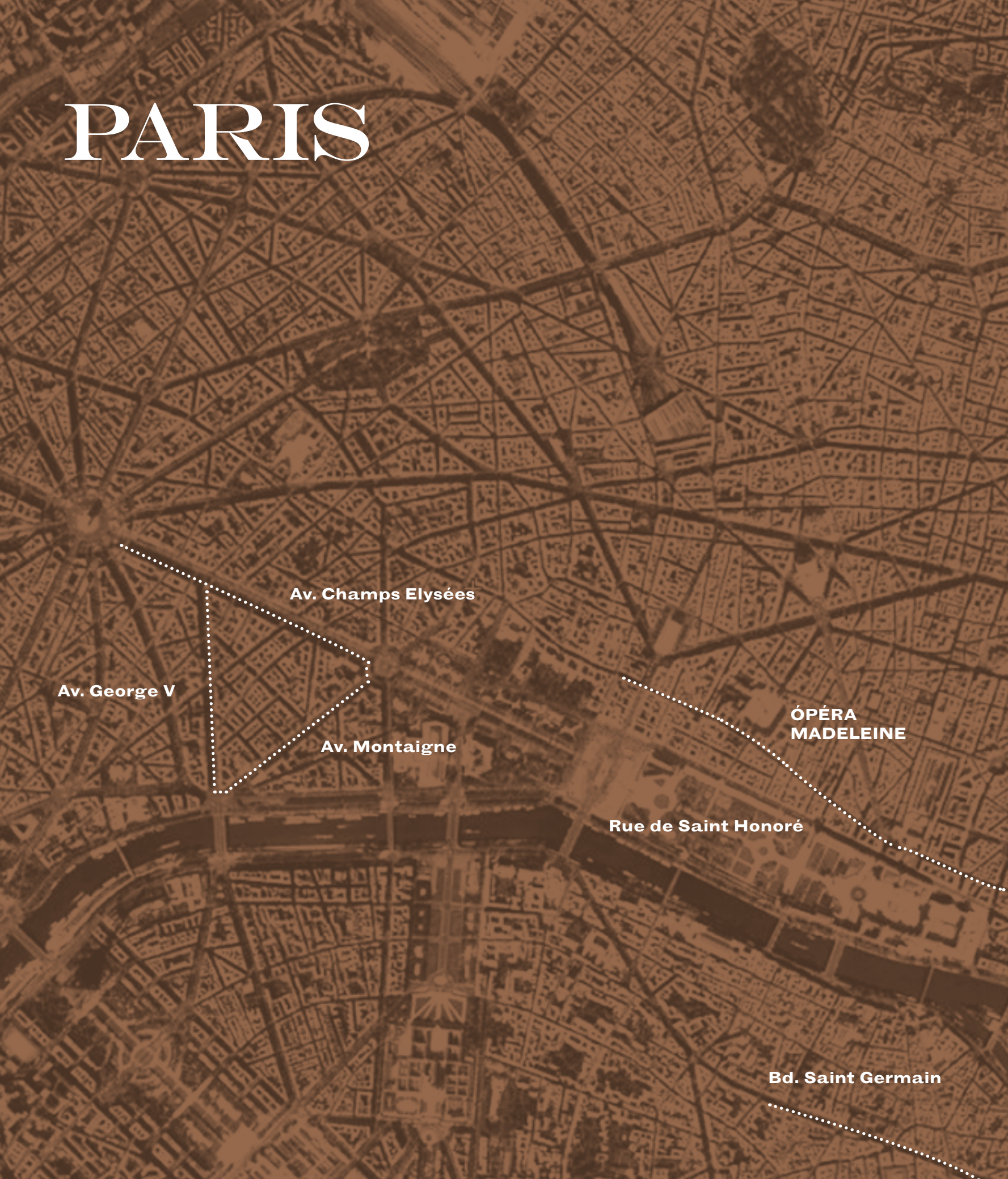
Still, the city of lights is back to its usual luster after the pandemic and is again attracting tourists, welcoming 12.1 million travelers from January to June 2022. This constitutes spectacular growth compared to the 3.7 million visitors it received during the same period of 2021.

The eternal Parisian savoir-faire, a focus of attention for brands, continues to favor retail activity, which saw a very active year, including the arrival of new brands to the main shopping streets in the heart of France.

Paris remains the leader of the luxury sector, and major groups and brands successfully leveraged the decline in demand during the pandemic years to study new opportunities and prepare for a comeback that has finally materialized in the form of strategic relocations and store expansions.

The return in tourism was felt on Rue Saint-Honoré, leading to a 1.5% increase in rent prices, which augurs a full recovery of this main thoroughfare of Parisian opulence. ◇

PARIS





RUE SAINT-HONORÉ

EL LUJO MANTIENE SU ATRACTIVO

En el corazón de París, cerca de la Place de la Concorde y la Rue de Rivoli, se encuentra la arteria principal del boato parisino. Rue Saint-Honoré es la calle más cotizada y elegante de la capital francesa. Dos kilómetros que ofrecen la experiencia de compra más exclusiva y que abarca desde Rue Royale hasta el distrito de Châtelet.

Durante 2022, Rue Saint-Honoré ha mantenido su atractivo para las grandes firmas del lujo internacional, además de atraer nuevas marcas que quieren estar presentes en la mejor zona retail de París.

Con una renta media anual de 9.600€/m2, que supone un incremento del 1,05% respecto a 2021, Rue Saint-Honoré recupera su ritmo al tiempo que los turistas extranjeros vuelven a pasear entre las boutiques de diseñadores nacionales e internacionales, firmas de joyería, hoteles y exclusivos restaurantes.

Por segundo año consecutivo, la arteria de la moda parisina por excelencia ha vivido un año de enorme dinamismo, presenciando 17 operaciones entre las que se encuentran varios movimientos estratégicos.

El Grupo LVMH ha protagonizado dos de ellos reubicando su tienda de Loewe en el número 392 y unificando el local del número 390 que dejaba libre a su boutique contigua de Celine. Otra interesante operación la hemos visto en la reubicación de Alexander McQueen, que pasa del número 372 al 275 o en el traslado de Wolford, que ha dejado su histórico local en el número 257 para reubicarse en el 346. Una vez concluida la ampliación en el número 29, también Carita abandona el número 11 dejando espacio para la llegada de la firma francesa de marroquinería La Bagagerie.

Entre las nuevas aperturas destaca Ferragamo, que aterriza en la zona fría de la arteria, en el número 46; Jimmy Choo que abre en el número 372 o la apertura de la boutique insignia en París de la italiana Aquazzura en el número 420. Pero Rue Saint-Honoré también ha despedido a algunas marcas durante 2022 como Paul & Shark, Jaeger-LeCoultre o Hublot.

Con una disponibilidad del 8,2%, la rentabilidad de Rue Saint-Honoré se sitúa en el 2,5%. ♦

LUXURY STILL ENTICES

In the heart of Paris, near to Place de la Concorde and Rue de Rivoli, runs the main artery of Parisian pageantry. Rue Saint-Honoré is the most elegant and sought-after street in the French capital. Its two-kilometer stretch offers a highly exclusive shopping experience and runs from Rue Royale to the Châtelet district.

In 2022, Rue Saint-Honoré remained attractive to the big international luxury houses and also drew new brands seeking to establish a presence in the best retail area of Paris.

Rents on Rue Saint-Honoré averaged €9,600/m2, up 1.05% over 2021, recovering their rhythm. Foreign tourists also returned to stroll among its boutiques by local and international designers, jewelry firms, hotels and exclusive restaurants.

Activity was high on this Parisian artery of fashion par excellence for the second year in a row, with a total of 17 transactions, including several strategic moves.

LVMH Group was responsible for two of these, relocating Loewe to number 392 and merging the vacated premises at number 390 with the Celine boutique next door. Other interesting transactions were relocations by Alexander McQueen, which moved from number 372 to number 275, and Wolford, which left its historical premises at number 257 and reopened at 346. After completing an expansion at number 29, Carita also left number 11, giving way for the arrival of the French leather goods firm La Bagagerie.

Noteworthy new openings include Ferragamo, which set up in the cold portion of the street at number 46; Jimmy Choo, which opened at number 372; and Italian retailer Aquazzura, which opened a Parisian flagship store at number 420. Rue Saint-Honoré also witnessed the departure in 2022 of several brands, such as Paul & Shark, Jaeger-LeCoultre and Hublot.

With availability at 8.2%, the yield on Rue Saint-Honoré stands at 2.5%. ♦

RENTA ANUAL m²
YEARLY RENT per sqm

9.600€

OPERACIONES
TRANSACTIONS

17

NUEVAS MARCAS
NEW BRANDS

15

RENTABILIDAD
YIELD

2,5%

Referencias comerciales
Commercial references

Chanel, Chloé
Dior, Goyard,
Acne Studios

PARIS > RUE SAINT-HONORÉ



Embajada de Japon	46		Ferragamo
	RUE D'ANJOU		
	42		Biondini Paris
	40		Hotel de Castiglione
	29	40	Jitrois
	29	38	Saint Laurent
	27	36	Yves Salomon
		36	Stefano Ricci
	25	34	Bloch
		34	Canali
Disponible x // Djula ← Ampliación // Chanel	23	34	Disponible
	23	32	Disponible
	21	28	Givenchy
	17-21	24	Hermès
17		24	
RUE BOISSY D'ANGLAS			
René Caovilla	13	22	Lanvin
	11	20	P448
		18	Ermanno Scervino
	11	14-16	Bottega Veneta
		16	Longines
		12	Loro Piana
		6	Prada
		3	Pinko
	3	5	Gucci
	1	2	
Audemars Piguet		15	
RUE ROYALE			
Canada Goose	16	16	Wempe
		422	Lancaster
		420	Galerie Colette Dubois
		420	Aquazzura
		418	Mackage
		416	Goossens
		416	Braccialini
		414	Furla
		412	Tory Burch
		408	Max Mara
Alexander McQueen			
Valentino			
RUE SAINT FLORENTIN			
Longchamp	271	404	Longchamp
		402	Longchamp
		271	Mbef
		271	Chronopassion
		269	Sandro
		267	Sandro
		267	Maje
		265	Fendi
		263	Iglesia
Aux Délices de Manon // Reformas			
Christian Louboutin			
Anne Fontaine			
Disponible			
Loewe			
Hervé Chapelier			
Celine			
Celine			
RUE DUPHOT			
		382	
Chanel		380	

RUE CAMBON			
Dior	261	378	Burberry
		374	Jimmy Cho
	259	372	Balmain
	257		
	255	372	Disponible
	255	370	Brioni
	253	368	Giorgio Armani
	253	368	Delvaux
		366	Miki House
	251	366	Zimmerli
Hotel Mandarin Oriental	249	364	David Morris
	245	364	Omega
	243	364	Oficinas
	243	364	Ermenegildo Zegna
		362	Dary's
	241	358	Chopard
		358	
	237	358	
	Graff		
RUE DE CASTIGLIONE			
Annick Goutal	14	356	Louis Vuitton
	235		
	235	356	Guerlain
	235	354	Isabel Marant
		354	Akallis
		352	Goyard
	233		
	233		
	233		
	231	352	Ex Nihilo
Goyard	231	350	Pomellato
	231	350	Sakaré
	229		
	229	350	Maje
	229	348	Moynat
	223	346	Wolford
	223	346	Philippe Ferrandis
	221	346	Burma
	221	344	Djula
RUE D'ALGER		342	Alexandre de Paris
	219	336-340	Balenciaga
	219	334	Obilis
	217	334	Exemplaire
	217	332	Pinel et Pinel
	215	332	Diptyque
	215	330	Café
RUE DU 29 JUILLET			
Yves Saint Laurent	231	326	Dior Parfums
		326	→ Clergerie // x Disponible
		326	→ Pellat Finet // x Jo Malone
RUE DU MARCHÉ SAINT-HONORÉ			

TRAMO ALTO / HIGH SECTION

RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
9.600 €/m² Anual / Yearly	15.900 €/m² Anual / Yearly	158	17	2,5 %	8,2%



FORTALEZA Y ESTABILIDAD

Los buenos resultados económicos de 2021 crearon unas expectativas muy positivas para la capital lusa, que se fueron cumpliendo a lo largo del 2022. Con unas perspectivas de cierre del PIB del año con un crecimiento cercano al 6,6% y una destacada reducción de la tasa de desempleo, la economía de Lisboa se encuentra mucho más fuerte y estable que en años anteriores, lo que ha mejorado el bienestar de sus ciudadanos.

Sin embargo, la alta tasa de inflación, próxima al 9,8%, influida por los altos precios de la energía, registra unos datos inéditos en los últimos 30 años.

En el ámbito turístico, tras dos años especialmente difíciles caracterizados por la reducción de la actividad turística a niveles sin precedentes a causa de la pandemia de COVID-19, el año 2022 ha marcado un camino de recuperación gradual. El número de turistas extranjeros que visitaron Portugal superó ligeramente los niveles anteriores a la pandemia en verano y se estima que en total se haya alcanzado durante el año el 85% del volumen de negocio registrado en 2019.

Todo ello ha impulsado la recuperación del consumo y un sentimiento muy positivo en el ámbito retail que se ha visto reflejado en el gran número de aperturas registradas a lo largo del año. En el ámbito prime, las marcas internacionales de lujo y mass market siguen apostando por el atractivo de la capital lusa, dinamizando la demanda y empujando las rentas al alza con crecimientos de entre un 1,30% y un 2,60% en las arterias comerciales.

Al igual que en el resto de los países europeos, se espera que en 2023 el crecimiento económico luso se contraiga. ♦

STRENGTH AND STABILITY

The good economic outcomes of 2021 set very positive expectations for the Portuguese capital, and these came to pass throughout 2022. With GDP expected to close up nearly 6.6% and a notable decline in unemployment, Lisbon's economy is much stronger and more stable than in previous years. This has improved the well-being of its citizens.

Still, inflation, driven by high energy prices, remains high at nearly 9.8%, a figure unprecedented in the last 30 years.

As for tourism, 2022 marked a path towards gradual recovery after two especially difficult years of the COVID-19 pandemic, during which tourism fell to unprecedentedly low levels. The number of foreign tourists who visited Portugal narrowly surpassed pre-pandemic levels in the summer, and the total turnover is estimated to have reached 85% of the 2019 figure.

All this has fueled the recovery of consumption and a very positive sentiment in the retail sector. This is evident in the large number of openings over the year. On the high street, international luxury and mass-market brands are still betting on the appeal of the Portuguese capital, boosting demand and driving rent prices up 1.3% to 2.6% on the main commercial streets.

As in the remaining European countries, Portuguese economic growth is expected to contract in 2023. ♦





AVENIDA DA LIBERDADE

CAROLINA HERRERA Y PURIFICACIÓN GARCÍA SE REUBICAN

Majestuosa y señorial, Avenida da Libertade une la Plaza de Restauradores con la del Marqués de Pombal en un paseo inspirado en los bulevares de París, concretamente en la avenida parisina de los Campos Elíseos.

Paseando por sus aceras adoquinadas, franqueadas por árboles, hoteles, restaurantes y palacetes, encontramos las principales boutiques de lujo de joyería, moda y accesorios instaladas en carismáticos edificios de los siglos XIX y XX.

Con un crecimiento del 2,63%, la renta media anual de esta calle prime se establece en 1.170€/m2, mientras que la rentabilidad se contrae ligeramente estableciéndose en el 4%.

Tras el enorme dinamismo vivido en 2021, Avenida da Liberdade ha registrado este año 10 nuevas aperturas.

En una operación asesorada por ASCANA, Carolina Herrera y Purificación García han protagonizado los movimientos estratégicos más destacados dentro de la propia vía, reubicando sus boutiques, anteriormente localizadas en el número 150, en los locales disponibles del número 236, junto al Teatro Tivoli.

También han llegado nuevas marcas como Dupont, que entra en el 113, Espadim que llega al número 164, la italiana Boggi Milano que ha abierto en el número 110 o Dior, que a finales de año abrió su primera tienda en Portugal en el 79-85.

Pese a estas nuevas incorporaciones, la disponibilidad de la avenida aún no ha recuperado las cifras de antes de la pandemia y se sitúa en 5,3%. ♦

CAROLINA HERRERA AND PURIFICACIÓN GARCÍA RELOCATE

Majestic and stately, Avenida da Liberdade connects the squares of Restauradores and Marquis of Pombal in a promenade inspired by the boulevards of Paris, more specifically the Champs-Élysées.

When strolling down its cobblestoned sidewalks, flanked by trees, hotels, restaurants and palazzos, one finds boutiques of the top luxury fashion, jewelry and accessories houses installed in charismatic buildings from the 19th and 20th centuries.

Up 2.63%, the average annual rent on this prime street now stands at €1,170/m2. The yield, in turn, has contracted slightly to 4%.

After an enormously dynamic 2021, Avenida da Liberdade saw 10 new openings this year.

In a transaction advised by ASCANA, Carolina Herrera and Purificación García carried out the most noteworthy strategic moves on the street, relocating their boutiques from number 150 to the available premises at 236 next to the Tivoli Theater.

The year also brought new brands like Dupont, which came to 113; Espadim, to number 164; Italian brand Boggi Milano, which opened at number 110; and Dior, which opened its first store in Portugal at number 79-85 towards the end of the year.

These new additions notwithstanding, availability on the avenue has not returned to pre-pandemic levels and stands at 5.3%. ♦

RENTA ANUAL m²
YEARLY RENT per sqm

1.170€

OPERACIONES
TRANSACTIONS

10

NUEVAS MARCAS
NEW BRANDS

10

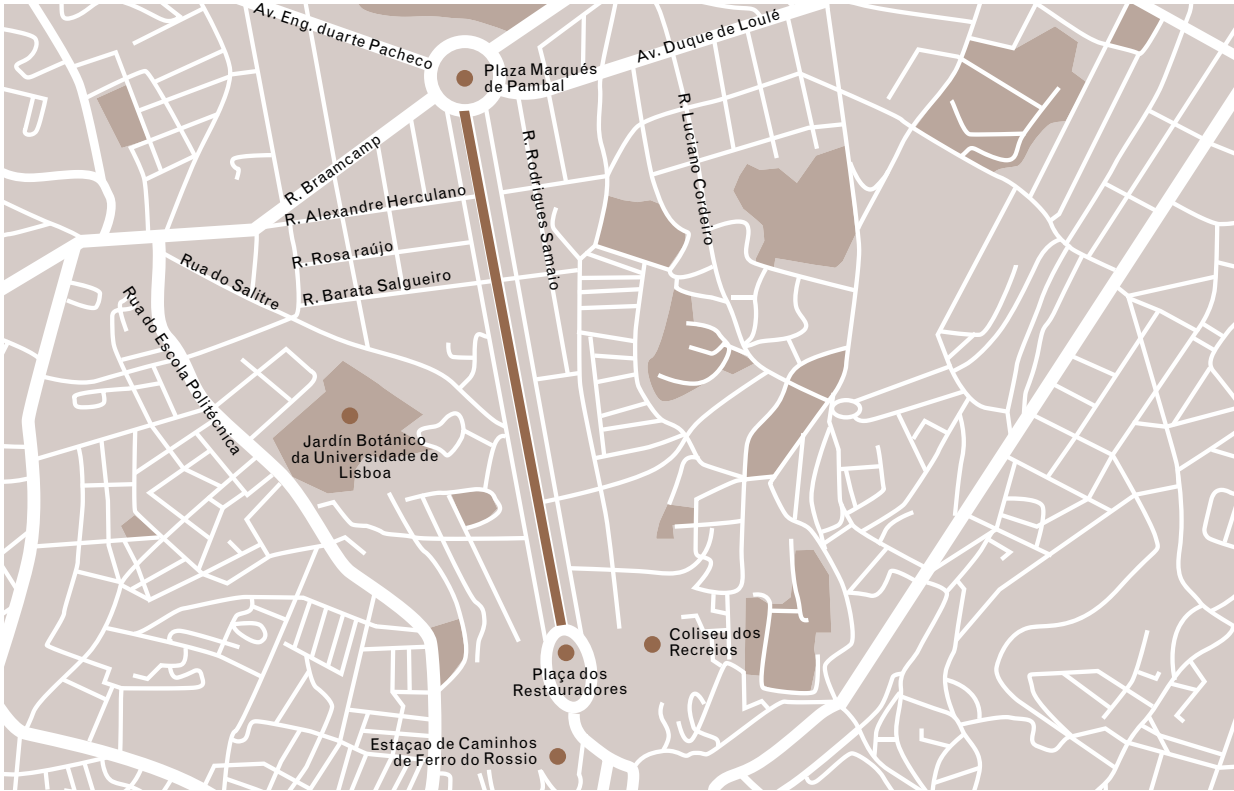
RENTABILIDAD
YIELD

4,0%

Referencias comerciales
Commercial references

Louis Vuitton,
Prada, Gucci,
Hugo Boss,
Zadig & Voltaire

LISBOA > AVENIDA DA LIBERDADE



PLAZA MARQUES DE POMBAL			
Banco Montepio	263	270	Camoes Institute
Vacio	261	266	Disponibile
Banco Atlantico Europa	259	262	Edificio
BPI	249	258	Pricci Jewels
Millennium Bcp	247	258	Olhar de Prata
Luis Onofre	247	254	Loja das Meias (Céline & Dior)
Turim Hotel	247	252	Havas Village
Terzihan	247	250	Rosa Clarà
Caixa Geral de Depósitos	245	244	Pasteleria Marques de Pombal
EuroBic	245	242	Disponibile
Hotel Marqués de Pombal	243	242	Tranquilidade
RUA ALEXANDRE HERCULANO			
Max Mara	233	240	Cartier
Edificio	229	238	Bvlgari
Sucursal Bancaria	227	238	Versace
Jagger - LeCoultre	227	236	→ Carolina Herrera // × Disponible
Torres Johalheiros (Rolex)	225	236	→ Purificación García // × Disponible
RUA ROSA ARAÚJO			
Dsqarted 2	215	230	Edificio
Loewe	211	224	Edificio
Edificio Novo Banco	195	224	Edificio
BBVA		222	Iro
			Vilebrequin
RUA BARATA SALGUEIRO			
Edificio Massimo Dutti	191	220	Emporio Armani
		206	Prada
Obras × // JNcQuoi ←	189	204	Van Cleef & Arpels
		204	Edificio
Disponibile × // Isabel Marant ←	185	204	Rosa & Teixeira
Tivoli Hotel	185	196 E	Burberry
Cervejaria Liberdade	185	196	Furla
RUA JULIO CESAR MACHADO			
Ermenegildo Zegna	177	196	Edificio Victoria
Edificio	177	196	Timberland
Cinema Sao Jorge	175	194	Tod's
Cambridge School	173	194	Guess
Hugo Boss	169	192	Boutique Dos Relogios Plus
Samsonite	159	192	Jogos
		190	→ Vacheron Constantin // × Disponible
		190	Omega
		190	Longchamp
		190	Louis Vuitton
TV. DA HORTA DA CERA			
Hotel		188	RUA MANUEL JESUS COELHO
Rolex		182-184	Tivoli Forum BBVA
Restaurant Ribadouro	155	182-184	JNcQuoi
RUA DO SALITRE			
Embajada de España		180	Fashion Clinic
Hackett London	151	180	Saint Laurent
Hugo Boss	141	180	Tivoli Forum
Hugo Boss	131	170	Hotel NH Collection Liberdade
Boutique Dos Relogios Plus	129	166	Gucci
Avenue Bar Enoteca	129	164	Edificio PCP
Dara Jewellery	127	164	Edificio
Hotel Sofitel	127	160	Hotel Valvedere
Matiz Restaurante	127	160	→ Espadim // × Disponible
Pasteleria Pomarense	117	144	Golden Goose
Disponibile × // Dupont ←	113	144	Baby Liberdade
Montblanc	111	144	The Coffee House
Gilles Fine Jewellery	103	144	JNcQuoi Asia
Pronovias	101	150	→ JNcQuoi // × Carolina Herrera
PRAÇA DA ALEGRIA			
Obras × // Dior ←	79-85	150	→ JNcQuoi // × Purificación García
Maje	71	138	The Fontana Cruz Hotel
Sandro	71		OTRO perfume Concept
Officine Panerai	69		Eugenio Campos Joias
David Rossas	69		A. Lange & Söhne
RUA DA TV. GLÓRIA			
COS	67	138	André Opticas
Adolfo Dominguez	65	110	Mango
Claudie Pierlot	63	110	→ Boggi Milano // × Disponible
Baiana Pastelaria	59	108	Michael Kors
RUA DA CONCEIÇÃO DA GLÓRIA			
Visionlab	49		RUA DAS PRETAS
Overcube	49	102	Maria João Bahia
Bessa Hotel	29	92	Edificio Tony Miranda
Local Vacio	29	90	Miu Miu
Tabik Restaurante	29	88	Edificio Villas-Boas
Obras	15	40	Zadig & Voltaire
Obras	13	38	Ba&sh
Hipple Café Convenient	13	38	Lacoste
Scalpers	11		Stivali (Chanel)
American Vintage	11		Holmes Place
Armani Exchange	9		Elisabetta Franchi
Obras	9	38	Roche Bobois
Obras	7	36	Pinko
Obras	5	36	Amour Glamour
Obras	1	28	Rituals
			Heritage Hotel
LARGO DO ANUNCIADA			
		20	Edificio Epal
		12	Edificio Epal
		20	Tabacaria Turista
		12	Edificio Epal / Obras
		12	Disponibile
		2	Hard Rock Café
PLAZA DE RESTAURADORES			

TRAMO ALTO / HIGH SECTION

RENTA MEDIA AVERAGE RENT	RENTA MÁXIMA MAXIMUM RENT	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
1.070 €/m² Anual / Yearly	1.620 €/m² Anual / Yearly	132	10	4,0%	5,3 %



EL TURISMO
IMPULSA EL CRECIMIENTO

El atractivo del imperio romano, desde el Coliseo hasta la Fontana de Trevi, ha vuelto a conquistar a los turistas en 2022. Las cifras de turismo internacional registradas por la ciudad de la *dolce vita* la sitúan en el primer puesto en número de reservas de habitaciones hoteleras y en el sexto lugar en el top 10 de destinos elegidos por turistas de todo el mundo.

Con un espectacular comienzo del año en el que el crecimiento del turismo se estableció en un 172% en comparación con 2021, la ciudad eterna ha acogido a 14,9 millones de turistas en 2022 y ha generado 7.600 millones de riqueza gracias al turismo. Una cifra muy positiva pero aún un 33% por debajo de las cifras anteriores a la pandemia.

El regreso y la energía de los visitantes ha impactado en el comercio y en la actividad de todas las calles prime de la ciudad, donde hemos visto un crecimiento generalizado en las rentas medias de todas las vías salvo en Via Frattina que continúa afectada por el detrimento del tejido empresarial y la alta disponibilidad que heredó de la pandemia. El mayor crecimiento se ha percibido en Piazza Spagna, que ha experimentado un aumento del 8.9% en su renta media. El lujo se ha expandido hacia Via del Babuino, cuyas rentas han aumentado un 2,80% mientras que Via Dei Condotti, la arteria más exclusiva y cara de la ciudad, apenas ha visto incrementadas sus rentas en un 0.79%.

Las disponibilidades en las principales arterias de la ciudad eterna se han visto reducidas drásticamente en Via dei Condotti, Piazza di Spagna y Cola di Rienzo, pero aumentan de manera destacada en Via del Corso, donde el 28% de los locales se encuentran disponibles.

Este ejercicio la ciudad eterna ha dado la bienvenida a 48 marcas en sus principales calles comerciales entre las que destacan A/X Armani Exchange, Roberto Cavalli o David Naman.

EXPANSIÓN DEL GRUPO KERING

El conglomerado de lujo Kering, propietario de marcas como Gucci o Yves Saint Laurent, ha apostado fuerte durante este ejercicio por el prime romano abordando un importante proyecto de remodelación en Via Condotti donde alojará próximamente las nuevas boutiques de Alexander Mcqueen y Pomellato. Gracias a este proyecto, el grupo contará con nueve locales consecutivos en la prestigiosa vía donde ya cuenta con locales de Bottega Veneta y Pomellato. ♦

TOURISM DRIVES GROWTH

The appeal of the Roman Empire, from the Colosseum to the Trevi Fountain, again conquered tourists in 2022. International tourism figures in the city of la dolce vita rank it number one in number of hotel room reservations and number six among the world's top ten tourist destinations.

The year started out spectacularly, and tourism grew by 172% versus 2021. In 2022, the Eternal City welcomed 14.9 million visitors and generated €7.6 billion in turnover thanks to tourism—a very positive figure, but still 33% below the pre-pandemic number.

The return and energy of visitors has affected retail and activity on all the city's prime streets, average rent prices are up in general except for on Via Frattina, which remains altered by a deterioration in business and the high availability it inherited from the pandemic. The highest growth has been on Piazza Spagna, where average rent prices are up 8.9%. Luxury has expanded towards Via del Babuino, whose rents have increased by 2.8%. By contrast, they have hardly risen, just 0.79%, on Via Condotti, the city's most exclusive and expensive street.

The availability has fallen on major Roman thoroughfares like Via Condotti, Piazza Spagna and Cola di Rienzo, but has increased significantly on Via del Corso, where 28% of the premises are available.

This year, the Eternal City welcomed 48 brands to its main shopping streets, including A/X Armani Exchange, Roberto Cavalli and David Naman.

KERING GROUP EXPANDS

Luxury conglomerate Kering, owner of brands like Gucci and Yves Saint Laurent, bet heavily this year on the Roman prime, embarking on an important remodeling project on Via Condotti at a location that will soon house its new Alexander McQueen and Pomellato boutiques. After this project, the group will occupy nine consecutive premises on this prestigious street, where it already has Bottega Veneta and Pomellato stores. ♦





VIA DEI CONDOTTI PIAZZA DI SPAGNA

LA ESTABILIDAD DE LAS MARCAS REDUCE LOS MOVIMIENTOS EN LA ZONA

La cara más exclusiva del shopping romano se encuentra en Via dei Condotti que, desde hace más de un siglo, aloja al mayor número comercios del lujo internacional desde que en 1894 el taller de Bulgari abriera sus puertas en ella.

Ubicada en la zona norte del Tridente, Via dei Condotti conecta la fuente de la Barcaccia en Piazza di Spagna con Via del Corso, en un exclusivo paseo peatonal pincelado de elegantes y exclusivos escaparates.

Su carácter privilegiado hace que Via dei Condotti mantenga las rentas más altas de Roma, que este año se han incrementado un 0,70% para situarse en una renta media anual de 12.800€/m2. La disponibilidad se mantiene en el 2,2%.

El grupo Kering ha protagonizado el movimiento estratégico más importante del año en esta arteria, comenzando unas reformas en los locales ubicados en número 61, ocupados hasta ahora por Harry Winston, donde próximamente abrirá una mega flagship de Alexander McQueen y otra de Pomelatto. Tag Heuer también entra en esta la vía principal del lujo ocupando el espacio dejado por Condotti 33.

Importante incremento de las rentas ha experimentado la impactante Piazza di Spagna, un 8,49%, lo que se establece su renta media anual en 5.750€/m2.

Se mantiene la baja disponibilidad en la turística Piazza, eje del lujo en Roma, donde las grandes marcas están establecidas y no quieren abandonar la zona más privilegiada de la capital del Lacio. Tan solo Aquazzura ha conseguido posicionarse en esta vía prime, y siguiendo sus planes de expansión internacional, ha abierto la primera boutique de la firma en Roma en el número 91.

La estabilidad y el alto interés de esta privilegiada zona incide a la baja en la rentabilidad media anual que se sitúa en 2,8%. ◇

BRANDS STAY PUT, REDUCING MOVEMENT IN THE AREA

Rome's most exclusive shopping can be found on Via Condotti, which has been home to the largest number of international luxury shops for more than a century since Bulgari first opened its atelier there in 1894.

At the northern end of the Tridente, Via Condotti runs from the Barcaccia Fountain in Piazza Spagna to Via del Corso, forming an exclusive pedestrian promenade dotted with elegant and exclusive show windows.

Due to its privileged nature, Via Condotti commands the highest rents in Rome, which increased 0.7% this year to an annual average of €12,800/m2. Availability has held at 2.2%.

The Kering Group was the force behind the street's most important strategic move of the year, beginning renovation work in the premises at number 61 currently occupied by Harry Winston, where it will soon open a large Alexander McQueen and Pomellato flagship stores. TAG Heuer also came to this main avenue of luxury, opening in the space vacated by Condotti 33.

Rent prices increased significantly on stunning Piazza Spagna, rising 8.49% to an average annual cost of €5,750/m2.

Availability has remained low on the touristy piazza and focal point of luxury in Rome. The major brands are established here and do not want to abandon the most privileged area of the capital. Only Aquazzura managed to position itself on the square and, in keeping with its international expansion strategy, opened its first boutique in Rome at number 91.

The stability and high interest in this privileged area has had a downward effect on the average annual yield, which stands at 2.8%. ◇

CANONE ANNUO PER m²
YEARLY RENT persqm

9.275€

OPERAZIONI
TRANSACTIONS

4

NUOVE MARCHE
NEW BRANDS

4

RENDITA
YIELD

2,8%

Marchi di riferimento
Commercial references

Prada, Armani,
Bulgari, Gucci,
Dior, Hermès,
Louis Vuitton

ROMA > VIA DEI CONDOTTI / PIAZZA DI SPAGNA



VIA DEL CORSO		
Swarovski	46	Max & Co.
	48-47	47 Rogani
Chiesa	47A	Haussman - Tudor
	41	48 Ingresso civico
Omega	40-38	Dolce & Gabbana
Michael Kors	37-36	Tod's
VIA BELSIANA		
Rolex	35	Tiffany & Co.
Alberta Ferretti	34	Church's
	33	58 Next Brunello
LJ Condotti 33 ✖ // Tag Heuer ←	32-30	59 Bottega Veneta
	29	60-61 Pomellato
Haussman - Patek Philipp	28	61A Ingresso civico
	27	
Paul & Shark	26	
Ingresso civico N. 26	25-24	62-63 → Next Alexander McQueen // ✖ Harry Wins
	23A	
Braccialini	23	
Sergio Rossi	22	63A → Next Pomellato
Brioni	21A	
Ingresso civico N. 21	21	Ferragamo
	20	
VIA BOCCA DI LEONE		
	67-67A	Hermès
	68	Ingresso civico
	68A	Jimmy Choo
	69	Eleuteri
MaxMara	20-16	Mont Blanc
	71	Ingresso civico
	72-74	Ferragamo
	15	Ingresso civico
Van Cleef & Arpels		
Louis Vuitton	76-78	Armani
	13	Saint Laurant
VIA MARIO DE FIORI		
Bvlgari	80	Falconeri
	11A	Ingresso civico
Ingresso civico N. 11	11	Cartier
	82-83	
	84	Damiani
	85	Ingresso civico
Bvlgari	16	Antico Caffè Greco
	86	
	9	Prada
Ingresso civico N. 9		
Gucci	8-6	Ingresso civico
	91	
Ingresso civico N. 5	5	Prada
	92-95	
Dior	4-2	Moncler
PIAZZA DI SPAGNA		

VIA DEL BABUINO
Menichini
Lori Blu
Ingresso Civico N. 3
Alessandra di Castro
Alberto di Castro
Ingresso Civico N. 6
Escada ✕ // Disponibile ←
Ingresso Civico N. 9
Frette

VIA DELLA CROCE		VIA S. SEBASTIANELLO	
// Dolce & Gabbana Temporary Dolce & Gabbana Ingresso Civico N. 93 Jaeger Lecoultre Disp. x // Aquazzurra Ingresso Civico N. 90 Loewe Emilio Pucci Ingresso Civico N. 86 Chanel	97	11	Versace
	100	12	Ingresso Civico N.15
	94	14	Diesel
	96	15	
	93	16	
	92	18	VICOLO DEL BOTTINO
	91	19	Philippe Model Paris
	90	20	Ingresso Civico N. 20
	88	21	Furla
	87	22	Ingresso Civico N. 23
VIA DELLE CARROZZE Longchamp Ingresso Civico N. 81 Change Hublot Moncler Moncler	84	23	Babingtons
	83	24	
	82	25	
	81		SCALINATA
	80		
	79		
	78		
	77		
	76		
	VIA CONDOTTI Dior Dior Dior Balenciaga Ingresso Civico N. 66 Caffè K-Way x // Disp. < Ingresso Civico N. 62 Sermoneta Gloves Unicredit	75	26
73		27	Acqua di Parma
72		28	Camper Lab
71		29	Ingresso Civico 29
70		30	Farmacia
69		31	Ingresso Civ. N. 31 / 32
67		32	Giuseppe Zanotti
66		33	Ermanno Scervino
65		34	Ingresso Civico N. 35
64		35	
VIA BORGOGNONA Consolato Spagna Ingresso Civico N. 56 Uff. Turismo Spagna Change Ingresso Civico N. 54 Humilis Bric's Ingresso Civico N. 51 Alexander	63	36	Valentino
	62	38	
	61	41	PIAZZA MIGNANELLI
		42	Rimowa
		42a	Cromia
		43	Pier Carnati
		45	
		46	McDonald's
		48	
		49	
VIA FRATTINA			
Nicla			

VIA DEI CONDOTTI TRAMO ÚNICO / SINGLE SECTION		
CANONE MEDIO AVERAGE RENT	CANONE MASSIMO MAXIMUM RENT	N. LOCALI N. PREMISES
12.800 €/m² Annual / Yearly	13.900 €/m² Annual / Yearly	46
APERTURE OPENINGS	RENTABILITÀ YIELD	DISPONIBILITÀ AVAILABILITY
3	2,8%	2,2%
PIAZZA DI SPAGNA TRAMO ÚNICO / SINGLE SECTION		
CANONE MEDIO AVERAGE RENT	CANONE MASSIMO MAXIMUM RENT	N. LOCALI N. PREMISES
5.750 €/m² Annual / Yearly	8.400 €/m² Annual / Yearly	46
APERTURE OPENINGS	RENTABILITÀ YIELD	DISPONIBILITÀ AVAILABILITY
1	2,8%	4,3%



CRECIMIENTO ECONÓMICO

La economía española prevé cerrar las cifras oficiales de 2022 con un crecimiento del 5,3% del PIB, ligeramente superior a la de 2021. España ha recuperado una senda de fuerte crecimiento a pesar del complejo escenario internacional.

En el segundo trimestre del año, el país experimentó una aceleración en el consumo y la hostelería y se espera que la recuperación plena llegue en 2023.

Pese a ello, la inflación, que se sitúa en el 5,6%, es el reto actual de la economía española.

RECUPERACIÓN DEL TURISMO

El turismo en España ha vuelto a florecer. Durante 2022, el país recibió 71 millones de turistas internacionales, que dejaron un gasto superior a los 87 mil millones de euros, una cifra que alcanza el 95% del volumen registrado en el año récord de 2019.

Cataluña, con casi 14 millones, ha sido la comunidad autónoma que más turistas recibió en este ejercicio.

ADIÓS PANDEMIA

El regreso del turismo se ha dejado notar en las calles *prime* de la capital española, que dan carpetazo a la pandemia y recuperan cifras de años anteriores.

PUERTO BANÚS Y PALMA

Tener presencia en Puerto Banús, uno de los puertos de lujo más reconocidos del mundo, se ha convertido prácticamente en un mandato para las grandes marcas de lujo. Siguiendo los ejemplos de Louis Vuitton, Hermès o Fendi, muchos operadores están buscando ampliaciones en su actual establecimiento o reubicarse buscando una mejor posición, como ha hecho Dolce & Gabbana.

También ha habido aperturas como Etro, Balenciaga o Moncler.

En la misma situación se encuentra Palma de Mallorca donde, tras la pandemia, ha regresado la demanda de las grandes firmas de retail.

Por su parte, los grandes fondos y promotoras están poniendo su foco en Málaga capital tanto a nivel residencial, donde han surgido destacadas promociones como el proyecto Málaga Towers de Metrovacesa, como hotelero, donde hemos asistido a las aperturas de la cadena Only You o de Soho Boutique en el edificio de La Equitativa y a las que pronto seguirán muchas otras. ♦

POP-UPS

Las tiendas y restaurantes pop-up, donde el espacio deja de ser fijo para convertirse en itinerante y temporal con el fin de ofrecer una experiencia irrepetible, se han convertido en parte habitual del paisaje comercial *prime* durante todo el año. La ampliación de los periodos de comercialización ha provocado que Madrid y Barcelona se llenen de tiendas *pop-up* más allá de las fechas navideñas o de rebajas, desestacionalizando su oferta comercial. ♦

ECONOMIC GROWTH

The official figures for 2022 are expected to close with Spanish GDP up 5.3%, slightly higher than in 2021. Spain's economy has returned to the path of strong growth despite the complex international panorama.

Consumption picked up in the second quarter of the year, and the hospitality industry is expected to fully recover in 2023.

That notwithstanding, inflation stands at 5.6% and remains the current challenge for the Spanish economy.

TOURISM RECOVERED

Tourism is again flourishing in Spain. In 2022, the country received 71 million international tourists, who spent over €87 million, or some 95% of the total volume in record-setting 2019.

Catalonia, which welcomed nearly 14 million visitors, was the autonomous community that received the most tourists over the year.

GOODBYE TO THE PANDEMIC

The return of tourism is patent on the Spanish capital's high streets, which have put the pandemic behind them and returned to previous years' figures.

PUERTO BANÚS AND PALMA

Having a presence in Puerto Banús, one of the most well-known luxury ports in the world, has become all but a mandate for the big luxury brands. Many operators are looking to expand their current establishments, following the examples of Louis Vuitton, Hermès and Fendi, or to relocate to better positions, as Dolce & Gabbana has done.

There was still newcomers as Etro, Balenciaga and Moncler.

Palma de Mallorca is in much the same boat. After the pandemic, demand from large retail firms has returned.

Large funds and developers are focusing on Malaga. Their interest is both in residential, with numerous, noteworthy developments emerging, such as Metrovacesa's Malaga Towers project, and in the hotel industry, with openings by the Only You chain and Soho Boutique in the La Equitativa building and many others will soon follow.

POP-UPS

Pop-up shops and restaurants, where the space is no longer definitive but rather itinerant and temporary so as to offer a once-in-a-lifetime experience, have become a regular part of the high street landscape all throughout the year. Expanding marketing periods have led Madrid and Barcelona to fill up with pop-up stores beyond the traditional Christmas or sale periods, making their offerings less seasonal. ♦

Las principales capitales españolas comparten tendencias en *retail*.

INVERSIÓN EN LUJO

Las firmas de lujo siguen apostando fuerte por su posicionamiento en las zonas *prime* españolas. Enseñas como Hermès, Yves Saint Laurent o Louis Vuitton han trasladado sus establecimientos a mejores localizaciones en Madrid o Barcelona.

Mención especial merece el segmento de la joyería y relojería con ejemplos como Cartier, Suarez, Vacheron Constantin o Rolex, que no solo han centrado sus esfuerzos en mejorar su ubicación, sino que, durante el ejercicio, han realizado importantes inversiones en reformas o ampliaciones para potenciar su imagen en las vías *prime*.

NUEVOS OPERADORES

Los rótulos de marcas ajenas hasta el momento a las áreas *prime* comienzan a lucir en las principales calles comerciales de Madrid y Barcelona. Firms procedentes de centros comerciales como Nuum, marcas digitales que optan por abrir establecimientos a pie de calle como Coconut o Natalie Chandler u operadores que dan el salto al *prime* por primera vez como Lululemon, Zimmermann o Mira Mira se estreñan en las arterias más demandas por el comercio.

REUBICACIONES

Las estrategias de marca continúan en 2022, donde de nuevo hemos asistido a numerosas reubicaciones de marcas que han querido aprovechar las nuevas oportunidades para mejorar su posición y a reformas y obras de mejora para adecuar mejor la oferta a los escaparates. COS, Hackett, Pepe Jeans, Adidas, Cartier, Suárez, Zara Home o Loewe, entre otras muchas, han sido un ejemplo de ello.

NEGOCIACIONES

La situación generada por la pandemia provocó tendencias que han llegado para quedarse, como la flexibilidad en la negociación de rentas y los escalados de renta en los contratos de larga duración, que se mantienen en los acuerdos de las vías *prime*. ♦

The major Spanish cities share retail trends

INVESTMENT LUXURY

Luxury firms continue to invest heavily on their positioning in Spain's prime areas. Brands like Hermès, Yves Saint Laurent and Louis Vuitton have moved their establishments to better locations in Madrid and Barcelona.

Special mention should go to the jewelry and watch segment. Companies like Cartier, Suarez, Vacheron Constantin and Rolex have not only focused efforts on improving their locations, but over the year have also made significant investments in renovations or expansions to boost their image on top streets.

NEW OPERATORS

Signs for brands typically not found in prime areas are starting to go up on the main shopping streets of Madrid and Barcelona. Firms from shopping centers like Nuum, digital brands opting for brick-and-mortar establishments like Cocunat and Natalie Chandler and operators making their prime-street debuts like Lululemon, Zimmermann and Mira Mira are all opening shops on the most popular retail streets.

RELOCATIONS

Brand strategies have continued in 2022. Numerous brands have relocated, availing themselves of the new opportunities to improve their positions, or have carried out renovations and improvement works to foster better consistency between their show windows and product selection. COS, Hackett, Pepe Jeans, Adidas, Cartier, Suarez, Zara Home and Loewe are just some of the many examples of this trend.

NEGOTIATIONS

The pandemic brought trends that are here to stay, such as flexibility in rent negotiations and escalating rents in long-term agreements, which are maintained in high-street agreements. ♦

CAMINANDO FIRMEMENTE
HACIA LA RECUPERACIÓN TOTAL

La economía catalana se ha recuperado con fuerza en 2022, pese a que la inflación ha alcanzado cotas inéditas en décadas, provocando recortes de hasta un 6,4% en el poder adquisitivo de sus habitantes.

En ello ha influido positivamente la recuperación del turismo, que ha cerrado el año con la visita de 9,7 millones de turistas, especialmente procedentes del resto de España, Francia, Reino Unido e Italia. Un volumen equivalente al 81,2% del registrado en el 2019.

AUSENCIA DE DISPONIBILIDAD
EN LAS CALLES PRIME

Las áreas *prime* de Barcelona han mostrado una disminución en la tasa de disponibilidad. Plaza Catalunya y el tramo par alto de Diagonal no cuentan con ningún local disponible mientras que Rambla de Catalunya en su tramo medio, Portal de l'Àngel o el tramo alto de Paseo de Gràcia cuentan con una disponibilidad inferior al 2%.

La menor disponibilidad de locales en las calles más atractivas ha provocado la ausencia de operaciones en vías como plaza Catalunya o el tramo par alto de Diagonal.

EL LUJO APUESTA
POR PASEO DE GRÀCIA

Paseo de Gràcia es tradicionalmente la arteria preferida por el lujo internacional y en 2022 hemos asistido a numerosos movimientos que lo confirman.

En el eje del lujo por antonomasia de la capital catalana hemos presenciado, entre otras, las aperturas de Ralph Lauren, que por primera vez presenta en España sus líneas de lujo Purple Label y Collection; las tiendas *pop-up* de las exclusivas Suarez y Cartier mientras duraban las obras de rehabilitación de sus boutiques; la reapertura tras las obras de mejora del espacio del grupo catalán de joyería Rolex o la llegada de la casa de moda *made in Italy*, Etro.

MOVIMIENTOS ESTRATÉGICOS

Numerosos movimientos estratégicos se han sucedido en las *high street* barcelonesas este año. Desde reubicaciones dentro de la misma calle como las de Zadig&Voltaire en Paseo de Gràcia, Ulanka, Intimissimi Uomo o JD Sports en Portal de l'Àngel o Mango Teen y Cocunat en Rambla Catalunya, hasta marcas que regresan a las calles *prime* después de varios años como Pepe Jeans o Hackett que han abierto de nuevo sus puertas en la lujosa Paseo de Gràcia. ♦

MOVING DECISIVELY
TOWARDS A FULL RECOVERY

The Catalan economy made a strong recovery in 2022. This came despite that inflation has climbed to its highest levels in decades, reducing the local population's purchasing power by as much as 6.4%.

This has had a positive impact on tourism and its recovery. Over the year, the city received 9.7 million tourists, particularly from the rest of Spain, France, the United Kingdom and Italy, an amount equivalent to 81.2% of the visitors recorded in 2019.

LACK OF HIGH STREET
AVAILABILITY

The prime areas of Barcelona have seen a decrease in their availability rates. There are no vacant premises on Plaça Catalunya or the upper section of Diagonal. On the middle section of Rambla Catalunya, Portal de l'Àngel and the upper section of Passeig de Gràcia, vacancy is less than 2%.

Because of the reduced availability of premises on the most attractive streets, there was a lack of transactions in areas like Plaça Catalunya or the upper, even-numbered side of Diagonal.

LUXURY BETS
ON PASSEIG DE GRÀCIA

Passeig de Gràcia has traditionally been the street of choice for international luxury, and in 2022, there were numerous movements to confirm this.

This quintessential hub of luxury in the Catalan capital witnessed, among other transactions, openings by Ralph Lauren, which making the Spain debut of its Purple Label and Collection luxury lines; pop-up stores by the exclusive houses Suarez and Cartier during the renovations of their boutiques; the reopening, following improvements to its space, of luxury watchmaker Rolex; and the arrival of Italian fashion house Etro.

STRATEGIC MOVES

There were numerous strategic moves on Barcelona's high street this year. These include brand relocations on the same street, such as movements by Zadig&Voltaire on Passeig de Gràcia; Ulanka, Intimissimi Uomo and JD Sports on Portal de l'Àngel; and Mango Teen and Cocunat on Rambla Catalunya. They also include brands returning to the high street after several years, such as Pepe Jeans and Hackett, which reopened on luxurious Passeig de Gràcia. ♦





DIAGONAL

EL SEGMENTO HOGAR SE CONSOLIDA

Eje vertebrador de la ciudad condal, la avenida Diagonal divide el distrito central de Eixample en dos, recorriendo de punta a punta la ciudad, desde su comienzo en el barrio de Sant Martí hasta más allá del barrio de Les Corts.

De enorme vitalidad comercial, acoge a lo largo de su recorrido numerosas oficinas, centros comerciales y prestigiosos comercios de diversos sectores.

Pese al crecimiento del 2,88%, la renta media de Diagonal sigue siendo la más asequible de las calles prime de Barcelona situándose en 59€/m2. Por tramos, la acera par en su tramo alto sigue siendo la preferida por las marcas, lo que se refleja en su nula disponibilidad pese a ostentar la una renta media mensual de 83€/m2. La acera impar, de menor afluencia comercial, presenta una renta media de 43€/m2 y una disponibilidad del 3,2% mientras que en la acera par en su tramo bajo la renta se establece en 52€/m2 y la disponibilidad asciende al 6,4%.

Desde su remodelación en 2015, los operadores han ido aumentando el interés por este eje prime de más de 11 kilómetros de longitud. Su baja disponibilidad, que en líneas generales ha descendido al 3,2%, tan solo ha permitido que durante el ejercicio asistamos a 5 nuevas aperturas.

Importante ubicación para el sector hogar, donde ya están presentes firmas como Kave Home, Zara Home, Maisons du Monde o Ikea, entre los recién llegados descubrimos la firma de mobiliario de diseño escandinavo Bolia, que se estrena en el número 478 ocupando el espacio dejado por Tous; Porcelanosa que ha abierto su nueva tienda en un local de 400m2 en el número 409 y la firma de camas y sofás premium Sleep 8, que llega al número 419.

En línea con otras vías de Barcelona, tampoco hemos visto operaciones de inversión en este eje donde la rentabilidad se mantiene en el 5,6%. ♦

HOME FURNISHINGS SECTOR BECOMING ESTABLISHED

The backbone of the city, Avinguda Diagonal divides the central Eixample district in two and runs from one end of the city to the other, starting in the Sant Martí neighborhood and stretching to the neighborhood of Les Corts and beyond.

Commercially very exuberant, its sidewalks are home to numerous offices, shopping centers and prestigious businesses from a variety of industries.

Though average rent prices rose 2.88%, Diagonal continues to be the most affordable of Barcelona's prime streets, at €59/m2. When examined by sections, the even-numbered side on the street's upper section remains the most preferred by brands, evident by a complete lack of availability despite the average monthly rent of €83/m2. The odd-numbered side, which sees less retail traffic, commands an average rent of €43/m2 and has a 3.2% vacancy rate. Rents on the even-numbered side of the lower section stand at €52/m2, and here, the availability rises to 6.4%.

Ever since it was refurbished in 2015, operator interest has been increasing on this 11-kilometer prime street. The low availability, which has dropped to 3.2% overall, means that there were only five new openings over the year.

The area is an important location for the home furnishings sector, and firms like Kave Home, Zara Home, Maisons du Monde and Ikea are already present. Newcomers include Scandinavian design furniture firm Bolia, which debuted at number 478 in the space formerly occupied by Tous. Porcelanosa opened a new shop in a 400 m2 premises at number 409, and premium bed and sofa retailer Sleep8 opened at number 419.

As with other streets in Barcelona, there were no investment transactions on Diagonal, and the yield has held steady at 5.6%. ♦

RENTA MENSUAL m²
MONTHLY RENT per sqm

59€

OPERACIONES
TRANSACTIONS

5

NUEVAS MARCAS
NEW BRANDS

5

RENTABILIDAD
YIELD

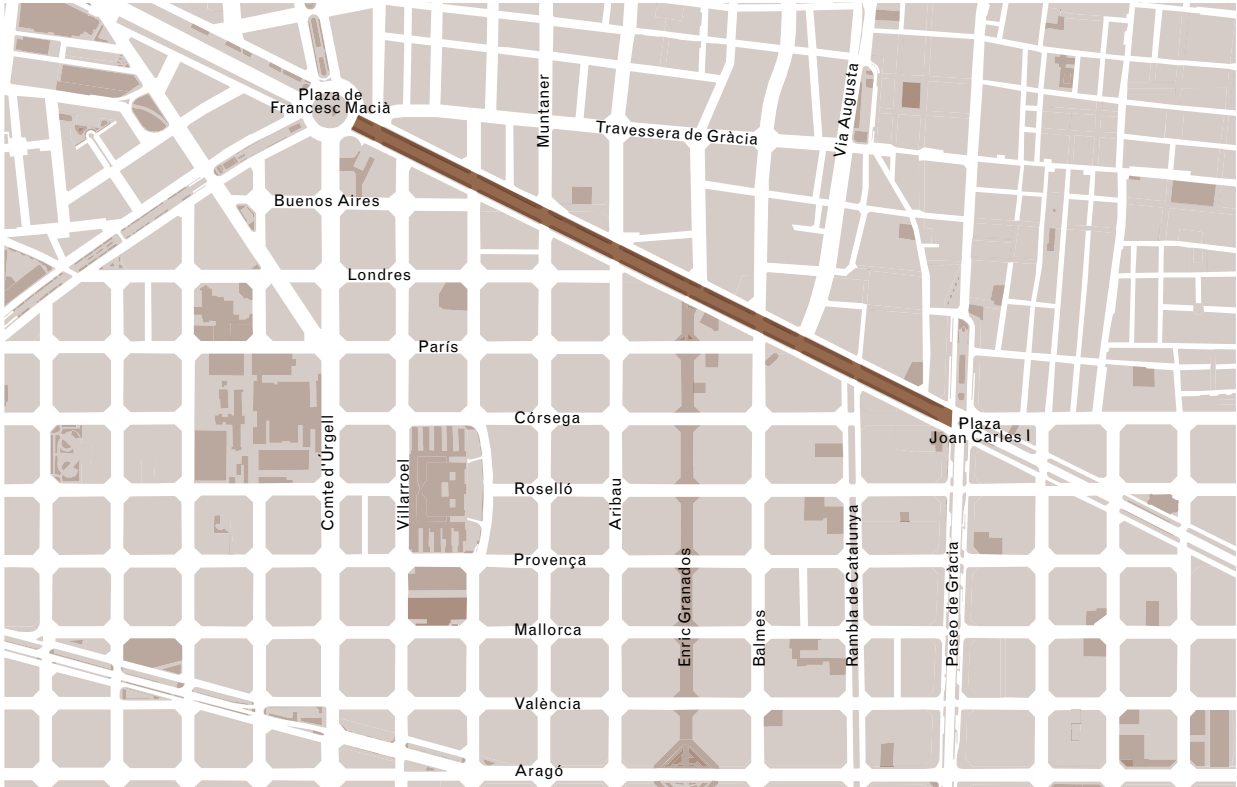
5,6%

Referencias comerciales
Commercial references

Oysho, Zara,
Massimo Dutti,
Mediamarkt,
Rituals



BARCELONA > DIAGONAL



*Tráfico exterior anual: personas registradas por sensores de tráfico exterior de TC Group Solutions, que pasan por delante de los locales de las calles analizadas durante un año.

*Annual exterior traffic: registered people by traffic sensors of exterior traffic belonging to TC Group Solutions passing by the commercial premises of the analyzed streets during a year.

PLAZA FRANCESC MACIÀ		
Caixabank	481	600
Mediamarkt	477	600
ING	475	
Disponible	471	598
VILLARROEL		
Europa Café	469	596
Jean Pierre Bua	469	596
Vista Alegre	467	594
Chez Cocó	465	594
BBVA	463	590
B		
Sala Barcelona	463	590
Conti ✖ // Malta (Pop up) ⬅	463	590
Oficinas	461	588
Didizabás	459	586
Tartine et Chocolat	459	586
Renta 4 Bank	459	584
CASANOVA		
Dumbo café		580
Zapata		580
Galería del tresillo	453	580
Hi Cream	449	578
Five Guys	449	578
IKEA	445	572
Sanitas	443	572
Cafetería Teo	441	570
Caser Salut	441	570
MUNTANER		
Balfegó	439	568
Orden en Casa	439	568
Kilo americano	439	568
Tomamos impulso	437	566
Workcenter	437	558
Ash	435	558
Dormity	435	558
Natuzzi	433	556
B		
Bar Cros	433	550
Banco Santander	433	550
ARIBAU		
Bankia	431	538
La Tagliatella	431	536
Zurich	431	534
Disponible	429	532
Kare	427	520
Sentore	425	520
La Dana	425	520
ENRIC GRANADOS		
Vivari	421	520
Yellow Korner	421	520
Doméstico Market	419	520
Disponible ✖ // Sleep 8 ⬅	419	514
Línea Diagonal	417	512
Manu García	415	508
Macson	413	508
Punto Blanco	413	506
Corello	411	506
El Fornet d'en Rossend	411	504
Disponible ✖ // Porcelanosa ⬅	409	
Rosa Clará	409	
BALMES		
Casa	407	490
Zwilling	407	488
Maisons du Monde	405	484
Viena	405	482
Banka March	405	478
Pilma	403	472
Women'secret	399	468
Cortefiel	397	466
RAMBLA CATALUNYA		
Librería Diputació	393	464
La Farga	391	462
Caixabank	389	462
CÓRSEGA		
Palau Robert		452
		450
PASSEIG DE GRÀCIA		
		444

Women' Secret	580	
Estanco	580	
Comptoir des Cotonniers	580	
SKFK	580	
Bimba y Lola	578	
Hugo Boss	578	
PASAJE MARIMÓN		
Hackett	572	
PdPaola	572	
Movistar	570	
Hotel President	570	
MUNTANER		
Banif	568	
Hotel Wilson	568	
Disponible	566	
BoConcept	558	
Poké House	558	
Rituals	556	
Banco Santander work café	550	
ARIBAU		
GR Joyería	538	
Parfois	536	
Verdecora	534	
Disponible	532	
Sensations	520	
Aloha Poké	520	
Rosbel Joiers	520	
Breathe green	520	
Tapas, 24	520	
TUSET		
Habitat	514	
B the Trave Brand + Catai	512	
Boliche Cinemes	508	
Cachitos	508	
La Mallorquina	506	
Tenuee & Termoparket	506	
Cicrulo Ecuestre	504	
BALMES		
Zara home	490	
Casa Viva	490	
KaveHome	488	
Dareels	484	
Calma house	484	
Unión Suiza	482	
VIA AUGUSTA		
→ Bolia // ✖ Tous	478	
Farmacia	478	
Croce Luxury Design	472	
Natura Casa	472	
→ Estanco // ✖ Natura Casa Serenity	472	
Tempur	468	
BBVA	468	
Furest	468	
Mc Donald's	466	
Café&Té	466	
MINERVA		
Privat Bank	464	
Tascón	462	
→ Disponible // ✖ Aeronautica militare	462	
KFC	460	
MTN outlet	460	
Dekopalace	458	
Banc Sabadell	456	
Caixabank	452	
Iglesia de Pompeia	450	
RIERA DE SANT MIQUEL		
Casa Seat	444	

TRAMO PAR ALTO / HIGH EVEN SECTION						
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	CRECIMIENTO RENTAS RENT GROWTH	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	INVERSIÓN INVESTMENT	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
83 €/m² Mensual / Monthly	4,17 %	21	0	0	5,3 %	0,0 %
TRAMO PAR BAJO / LOW EVEN SECTION						
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	CRECIMIENTO RENTAS RENT GROWTH	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	INVERSIÓN INVESTMENT	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
52 €/m² Mensual / Monthly	1.31 %	47	2	0	5,6 %	6,4 %
TRAMO IMPAR / ODD SECTION						
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	CRECIMIENTO RENTAS RENT GROWTH	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	INVERSIÓN INVESTMENT	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
43 €/m² Mensual / Monthly	3,17 %	63	3	0	5,8 %	3,2 %
SECCIÓN						
SECTION	EUR/M²/MES EUR/SQM/MONTH	EUR/M²/AÑO EUR/SQM/YEAR	TRÁFICO MEDIO AVER. TRAFFIC			
Tramo par alto / High even section	80	960	7.995			
Tramo par bajo / Low even section	51	612	7.321			
Tramo impar / Odd section	42	504	4.955			



VUELTA
A LAS CIFRAS PREPANDÉMICAS

La economía de la Comunidad de Madrid se encuentra a tan sólo un punto de recuperar el 100% de la actividad perdida. La reducción de las cifras del paro en casi 200.000 personas y el crecimiento del sector servicios, con un aumento del 4,6%, seguido de la industria, que sube un 4,4% y la construcción con un 4,1%, sitúan a la capital en un momento económico muy positivo.

También el turismo muestra buenos resultados, con alrededor de 5,6 millones de turistas visitando la capital entre enero y noviembre de 2022 y un crecimiento del 44,36% del turismo internacional, en comparación con el mismo periodo del año anterior.

CANALEJAS, NUEVO FOCO
DE ATRACCIÓN DEL LUJO

El antiguo Palacio de la Equitativa, entre las céntricas calles Alcalá y Sevilla, abrió al público una nueva meca del lujo, la Galería Canalejas, donde se dan cita el retail, la gastronomía, la historia y cultura.

Desde la apertura en 2020 del lujoso hotel Four Seasons y de la boutique de Hermès, a la que siguió en 2021 la apertura de la boutique de Cartier, la Galería ofrece ahora un mix de marcas de primer nivel y boutiques internacionales con una exclusiva oferta de lujo, accesorios, alta joyería y relojería o cosmética premium.

A ella ha llegado este año la primera boutique de la firma Aquazzura en España, así como firmas como Louis Vuitton, Maison Valentino, Yves Saint Laurent, Dior, Zegna, Jimmy Choo, Omega o Rolex.

CONSOLIDACIÓN
DEL BARRIO DE SALAMANCA

Las prime madrileñas se han olvidado ya de la pandemia y retoman sus tradicionales niveles de renta.

El barrio de Salamanca, la zona más cosmopolita de la capital que engloba las principales calles prime y conforma la llamada “milla de oro” es objeto de deseo de las firmas más reconocidas del panorama internacional y del lujo.

Serrano y Goya han presentado un enorme desempeño durante este ejercicio presentando unos crecimientos en rentas en torno al 3% y reduciendo su disponibilidad drásticamente gracias a la entrada de 29 nuevos operadores entre ambas calles.

Ortega y Gasset, por su parte, mantiene la estabilidad tanto en rentas como en arrendatarios registrando interesantes movimientos que se darán a conocer a lo largo de 2023. ♦

BACK
TO PRE-PANDEMIC NUMBERS

The economy of the Community of Madrid is just one point away from recovering 100% of the activity lost. With unemployment down by nearly 200,000 people and growth in the service sector, which is up 4.6%, followed by industry (up 4.4%) and construction (4.1%), the economic situation in the capital is currently very positive.

Tourism is also performing well. Some 5.6 million tourists visited the city from January to November 2022, and international tourism is up 44.36% compared to the same period last year.

CANALEJAS, A NEW FOCAL
POINT FOR LUXURY

The former Palacio de la Equitativa, centrally located between Calle Alcalá and Calle Sevilla, was opened to the public as Galería Canalejas, a new mecca of luxury bringing together retail, history, gastronomy and culture.

Since the 2020 openings of the luxurious Four Seasons hotel and Hermès boutique, followed by a Cartier boutique in 2021, the Galería now offers a mix of top-tier brands and international boutiques with an exclusive selection of luxury, accessories, fine jewelry and watches and premium cosmetics.

New arrivals here this year include the first boutique by Aquazzura in Spain as well as firms like Louis Vuitton, Maison Valentino, Yves Saint Laurent, Dior, Zegna, Jimmy Choo, Omega and Rolex.

CONSOLIDATION
OF THE SALAMANCA DISTRICT

Madrid’s high streets have already put the pandemic behind them and are returning to their more traditional rent levels.

The Salamanca district, the most cosmopolitan area of the capital that includes the main prime streets and makes up its so-called “Golden Mile”, is the object of desire of the most well-known international and luxury firms.

Serrano and Goya performed astoundingly well this year, registering rent increases around the 3% mark and drastically reducing their availability with the entry of 29 new operators across the two streets.

Ortega y Gasset held steady in terms of both rents and tenants, reporting interesting moves that will be announced throughout 2023. ♦





ORTEGA Y GASSET

SE ESPERAN IMPORTANTES MOVIMIENTOS PARA 2023

Otra de las referencias del lujo en Madrid es Ortega y Gasset, que une el Paseo de la Castellana con Francisco Silvela, pasando por la Plaza del Marqués de Salamanca que da nombre al aristocrático barrio donde se ubica.

Conocida en sus orígenes como la calle de Lista, Ortega y Gasset aloja tiendas de marcas de alto standing junto a una relevante oferta gastronómica y es considerada una de las mejores arterias residenciales de la capital.

En un año marcado por la ausencia de operaciones, la disponibilidad de la vía se mantiene en 2,3%, aunque su renta media mensual ha pasado de 185€/m2 a 192€/m2, lo que supone un incremento del 3,6%.

Pese a ello, Ortega y Gasset ha sido este año escenario de interesantes y confidenciales negociaciones que se darán a conocer a lo largo del 2023 y potenciarán la oferta de lujo de esta señorial arteria.

Ortega y Gasset tampoco ha presenciado operaciones de inversión y su rentabilidad media se establece en 4,4%. ♦

MAJOR MOVES EXPECTED IN 2023

Another of the top luxury streets in Madrid is Ortega y Gasset, which connects Paseo de la Castellano with Francisco Silvela and passes through Plaza del Marqués de Salamanca, the square that lends its name to the aristocratic neighborhood where it is located.

Originally known as Calle de Lista, Ortega y Gasset is home to the stores of high-end brands as well as an outstanding selection of restaurants. It is also considered one of the best residential streets in the capital.

In a year without transactions, the availability on the street remains unchanged at 2.3%, though the average monthly rent rose 3.6% from €185/m2 to €192€/m2.

That said, Ortega y Gasset was the focus of interesting and confidential negotiations this year. These will be announced during 2023 and will enhance the luxury offerings on this stately via.

Ortega y Gasset also saw no investment transactions, and its average yield stands at 4.4%. ♦

RENTA MENSUAL m²
MONTHLY RENT per sqm

192€

OPERACIONES
TRANSACTIONS

1

NUEVAS MARCAS
NEW BRANDS

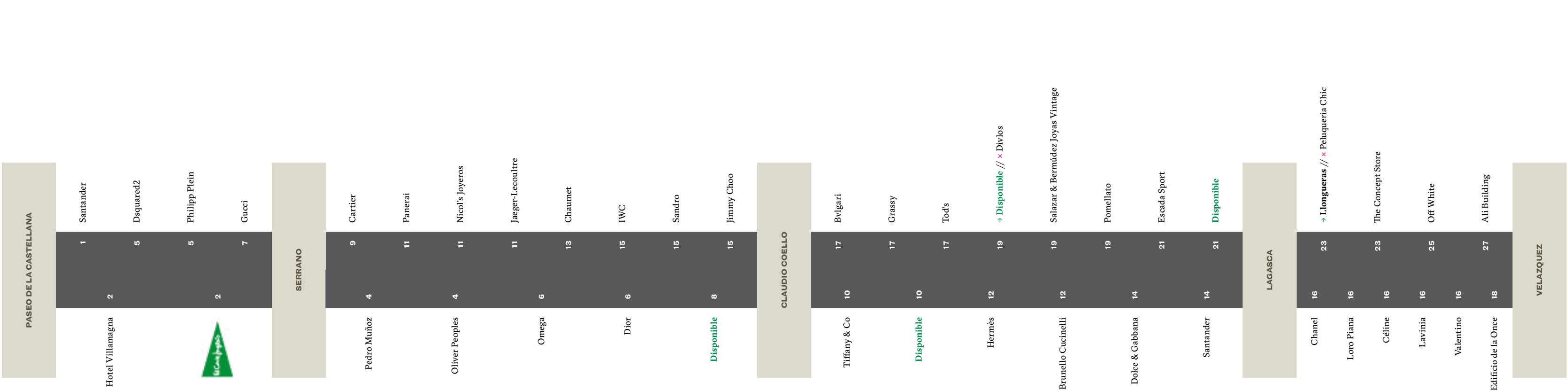
1

RENTABILIDAD
YIELD

4,4%

Referencias comerciales
Commercial references

Chanel, Dior,
Hermès, Jimmy
Choo, Bvlgari,
Céline, Valentino



A map of Madrid, Spain, showing a route from Plaza de Colón to Plaza Marqués de Salamanca. The route is marked with a thick brown line. The map includes labels for various streets and landmarks: Plaza de Colón, Paseo de la Castellana, Biblioteca Nacional, Plaza Marqués de Salamanca, Padilla, Don Ramón de la Cruz, Ayala, Hermosilla, Goya, Jorge Juan, Alcalá, and PARQUE DEL RETIRO. The map is oriented with North at the top.

**Annual exterior traffic: registered people by traffic sensors of exterior traffic belonging to TC Group Solutions passing by the commercial premises of the analyzed streets during a year.*

TRAMO ÚNICO / SINGLE SECTION						
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	CRECIMIENTO GROWTH	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	INVERSIÓN INVESTMENT	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
192 €/m² Mensual / Monthly	3,6 %	43	1	0	4,4 %	2,3 %

SECCIÓN SECTION	EUR/M ² /MES EUR/SQM/MONTH	EUR/M ² /AÑO EUR/SQM/YEAR
Tramo único / Single section	185	2.450

INFORME DE LOCALES COMERCIALES

Londres, París, Lisboa, Ámsterdam, Atenas, Milán, Roma, Barcelona, Madrid y principales calles de Europa y España en 2020.

Fuentes consultadas para la redacción del informe: ASCANA, EUROSTAT, La Vanguardia, El Periódico, El País, El Mundo, Cinco Días, Expansión, Financial Times, The Economist, The Guardian, Bloomberg, Turisme de Barcelona, Generalitat de Catalunya, IDESCAT, Comunidad de Madrid, Oficina del Catastro, Instituto Nacional de Estadística, Department of Statistics at the London School of Economics, Office for National Statistics, Institut national de la statistique et des études économiques, Istitutonazionale di statistica, Chambre de commerce et d'industrie de région Paris – Île de France, Camera di Commercio di Milano, Camera di Commercio di Roma, Fondo Monetario Internacional y consultoras inmobiliarias europeas.

Los nombres de las calles de Barcelona siguen los criterios del nomenclátor del ayuntamiento de la ciudad. En los gráficos de tipología de locales solo se contabilizan superficies de uso comercial y los €/m² del informe se calculan sobre un local tipo de 200m². En los gráficos de mixcomercial, en la categoría de oficinas y hoteles, solo se contabilizan los metros de la planta baja. ♦

REPORT ON COMMERCIAL PREMISES

London, Paris, Lisbon, Amsterdam, Athens, Milan, Rome, Barcelona, Madrid and the main streets of Europe and Spain in 2020.

Sources consulted in the preparation of the report: ASCANA, Eurostat, La Vanguardia, El Periódico, El País, El Mundo, Cinco Días, Expansión, Financial Times, The Economist, The Guardian, Bloomberg, Turisme de Barcelona, Generalitat de Catalunya, IDESCAT, Comunidad de Madrid, Oficina del Catastro, Instituto Nacional de Estadística, Department of Statistics at the London School of Economics, Office for National Statistics, Institut national de la statistique et des études économiques, Istitutonazionale di statistica, Chambre de commerce et d'industrie de région Paris – Île de France, Camera di Commercio di Milano, Camera di Commercio di Roma, the International Monetary Fund and European real estate consultancies.

The names of the streets of Barcelona respect the nomenclature criteria of the city council. In the graphics featuring types of premises, only those for commercial use are included, and the euros/m² in the report are calculated on the basis of an average premises of 200 m². In the commercial mix graphics for the office and hotel category, only the meterage of the ground floor is counted. ♦

Coordinación
Coordination

ASCANA

Redacción
Drafting

María de Andrés

Análisis
Analysis

Ditrendia
www.mtconsulting.es

Fotografía
Photography

Hugo de la Rosa
www.hugodelarosa.com

Dirección de Arte
y maquetación
Art Direction & Layout

131.gd



ASCANA
EXPANSION

WWW.ASCANA.ES



2022

Informe de Locales Comerciales en Primera Línea High Street Retail Report

ASCANA

PARÍS

Rue des Vignes 37, 2°
Tel. +33 615 268 043

MILANO

Via Tommaso Grossi 2, 4°
Tel. +39 347 418 5918

BARCELONA

Paseo de Gràcia 10, 4°
Tel. +34 934 676 662

MADRID

Serrano 6, 3°
Tel. +34 913 086 665

2022

15 a/th
EDICIÓN
EDITION

**Informe de Locales
Comerciales
en Primera Línea**

**High Street
Retail Report**

ASCANA

EXPANSION

