

# 2022

15<sup>a</sup>/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. Italy, 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 estratégicas 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.*

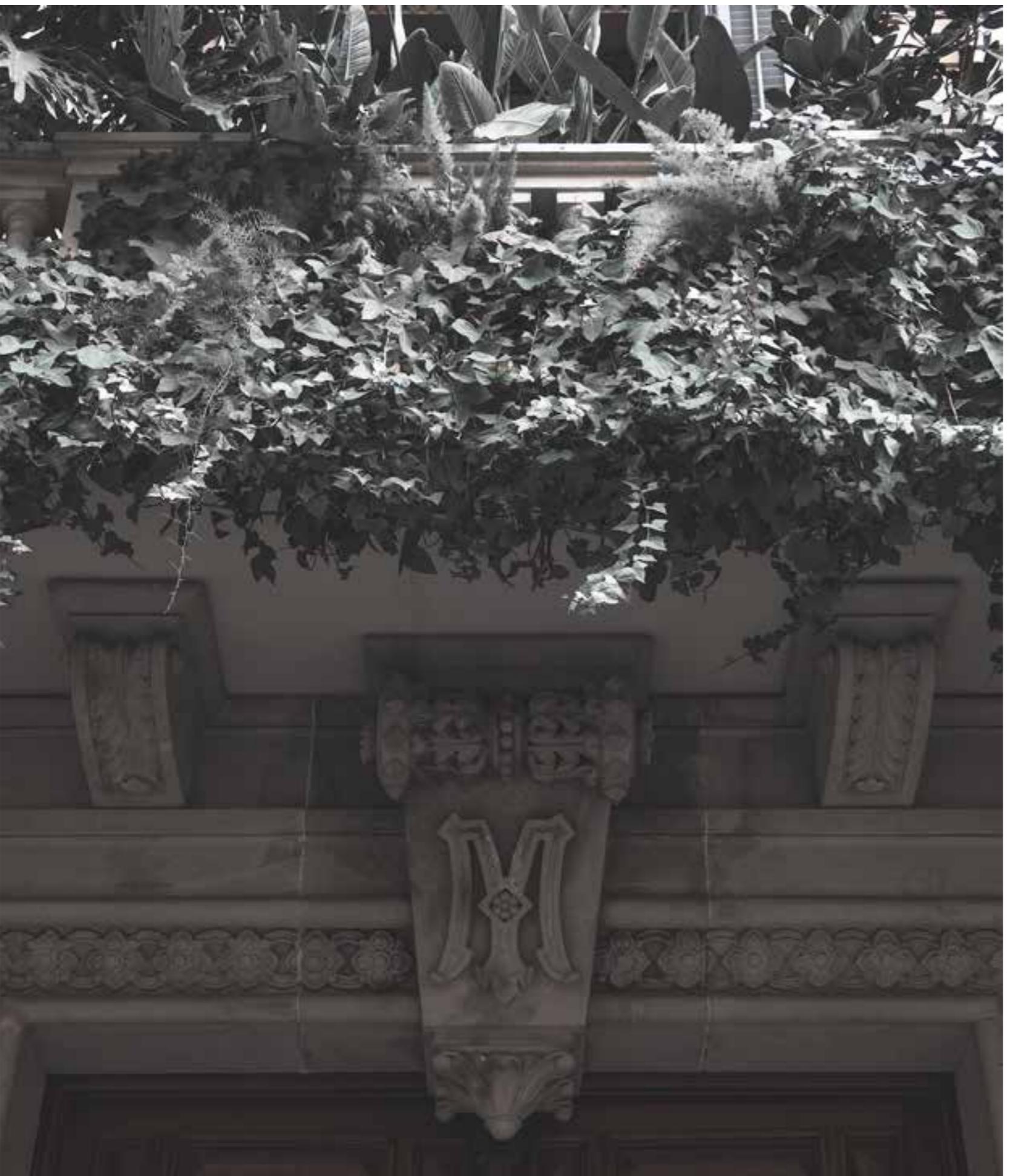
*The eternal Parisian savoir-faire, a focus of attention for brands, continues to favor retail activity, which saw a very active year, including the arrival of new brands to the main shopping streets in the heart of France.*

*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€/m<sup>2</sup>, 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/m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>  
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

## RUE DU FAUBOURG

Embajada de Japon	46	Ferragamo
Roger Vivier	42	RUE D'ANJOU
<b>Disponible</b>	40	Biondini Paris
Ampliación // Chanel	40	Hotel de Castiglione
<b>Disponible</b>	38	Jitrois
Chanel	38	Saint Laurent
Tod's	36	Yves Salomon
Cartier	36	Stefano Ricci
René Caovilla	34	Bloch
<b>Disponible</b> ✕ // Djula	34	Canali
Ampliación // Chanel	34	<b>Disponible</b>
Chanel	32	<b>Disponible</b>
17-21	28	Givenchy
17	24	Hermes

## RUE BOISSY D'ANGLASS

<b>Disponible</b>	13	22	Lanvin
Sergio Rossi	11	20	P448
Carita	11	18	Emanuele Scervino
Berluti	9	14-16	Bottega Veneta
Moncler	7	16	Longines
Panerai	5	12	Loro Piana
Dolce & Gabbana	3	6	Prada
Dolce & Gabbana	3	5	Pinko
Dolce & Gabbana	1	2	Gucci
Audemars Piguet	15		

## RUE ROYALE

Canada Goose	16	Wempe
Vilebrequin	281	Lancaster
Tumi	281	Galerie Colette Dubois
Michael Kors	279	Aquazzura
& Other Stories	277	Mackage
Alexander McQueen	275	Goossens
Valentino	273	Braccialini
Longchamp	271	Furla
M bief	271	Tory Burch
Chronopassion	271	Max Mara

## RUE SAINT FLORENTIN

RUE SAINT FLORENTIN	269	Aux Délices de Manon // Reformas
Sandro	269	Christian Louboutin
Sandro	267	Anne Fontaine
Maje	267	<b>Disponible</b>
Fendi	265	394
Iglesia	263	RUE DUPHOT

## RUE ROYALE

Canada Goose	16	Wempe
Vilebrequin	281	Lancaster
Tumi	281	Galerie Colette Dubois
Michael Kors	279	Aquazzura
& Other Stories	277	Mackage

## RUE DU CHAVALIER DE SAINT-GEORGE

Longchamp	271	Longchamp
M bief	271	404
Chronopassion	271	Longchamp
Sandro	269	400
Sandro	267	Aux Délices de Manon // Reformas
Maje	267	Christian Louboutin
Fendi	265	394
Iglesia	263	RUE DUPHOT

## RUE SAINT HONORÉ

Dior	261	378	Burberry
Mesilka	259	374	Jimmy Cho
Herno	259	372	Balmain
Obras	257		
Obras	255	372	<b>Disponible</b>
Moschino	255	370	Bionioni
Linéa Più	253	368	Giorgio Armani
Chloé	253	368	Delvaux
Ports 1961	251	366	Miki House
Hotel Mandarin Oriental	251	366	Zimmerli
Versace	249	364	David Morris
David Yurman	245	364	Omega
JM Weston	243	364	Oficinas
Yves Salomon	243	364	Ermengildo Zegna
<b>Disponible</b>	241	362	Dary's
Buccellati	237	358	Chopard
Graff	237	358	

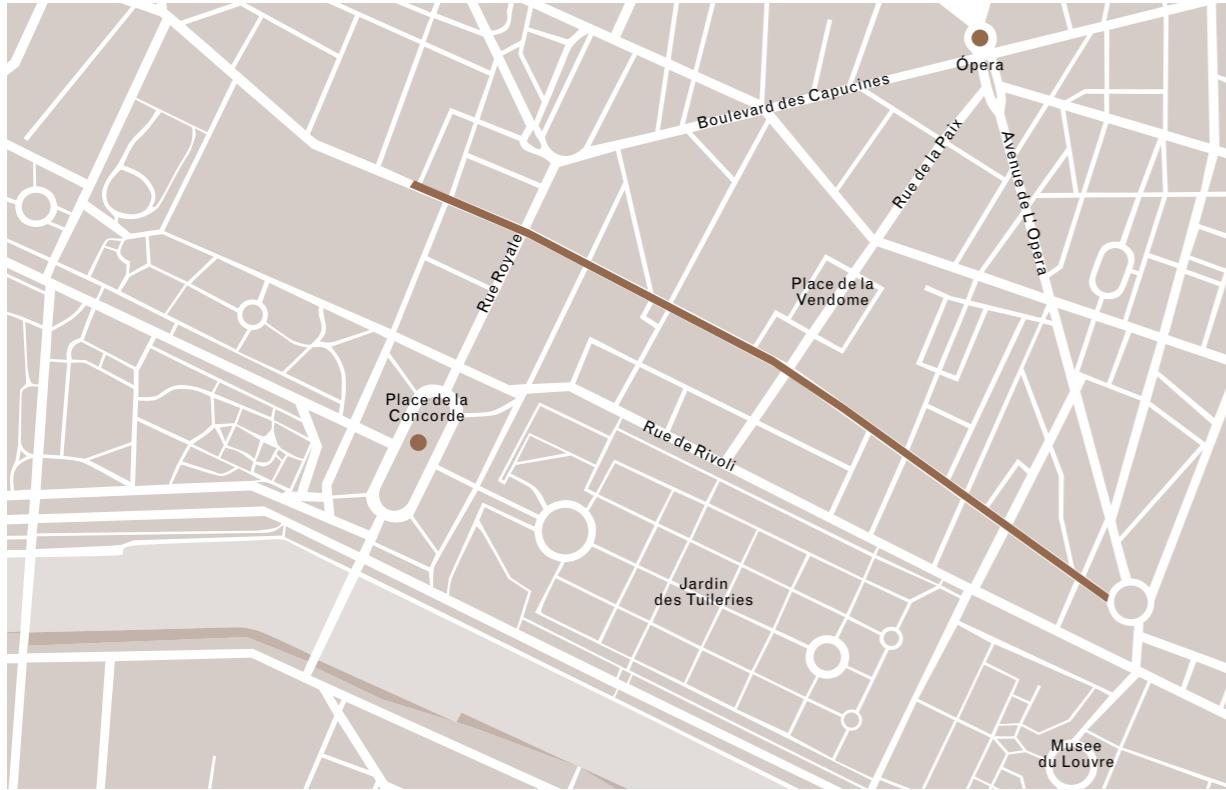
## RUE CAMBON

Dior	261	378	Burberry
Mesilka	259	374	Jimmy Cho
Herno	259	372	Balmain
Obras	257		
Obras	255	372	<b>Disponible</b>
Moschino	255	370	Bionioni
Linéa Più	253	368	Giorgio Armani
Chloé	253	368	Delvaux
Ports 1961	251	366	Miki House
Hotel Mandarin Oriental	251	366	Zimmerli
Versace	249	364	David Morris
David Yurman	245	364	Omega
JM Weston	243	364	Oficinas
Yves Salomon	243	364	Ermengildo Zegna
<b>Disponible</b>	241	362	Dary's
Buccellati	237	358	Chopard
Graff	237	358	

## RUE DE CASTIGLIONE

Annick Goutal	14		
Alexandre de Paris	235	356	Louis Vuitton
Restaurante Le Castiglione	235	356	Guerlain
Pierre Marcolini	235	354	Isabel Marant
		354	Akililis
Goyard	233	352	Goyard
Miller	233		
Giuseppe Zanotti	233		
Stella McCartney	231	352	Ex Nihilo
Lydia Courteille	231		
Marni	231	350	Pomellato
Church's	229		Sakaré
<b>Disponible</b>	229	350	<b>Disponible</b>
Richard Grand	229	348	Maje
Diesel	223	346	Maynat
Paul Smith	223	346	Wolford
Christofle	221	346	Philippe Ferrandis
Hotel	221	344	Burma
<b>RUE D'ALGER</b>	221	342	Djula
Ache Studios	219	336-340	Alexandre de Paris
Société Générale	219	334	Balenciaga
<b>Disponible</b>	217	334	Obilis
Palm Angels	217	332	Exemplaire
Batsh	215	332	Pinel et Pinel
Theory	215	330	Diptyque
		326	Café
<b>RUE DU 29 JUILLET</b>			RUE DU MARCHÉ SAINT-HONORÉ
Yves Saint Laurent	231	326	Dior Parfums
		326	Clégerie // ✕ Disponible
		326	Pellat Finet // ✕ Jo Malone

## PARIS &gt; RUE 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	15.900 €/m²	158	17	2,5 %	8,2 %
Anual / Yearly	Anual / Yearly				

## 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.*

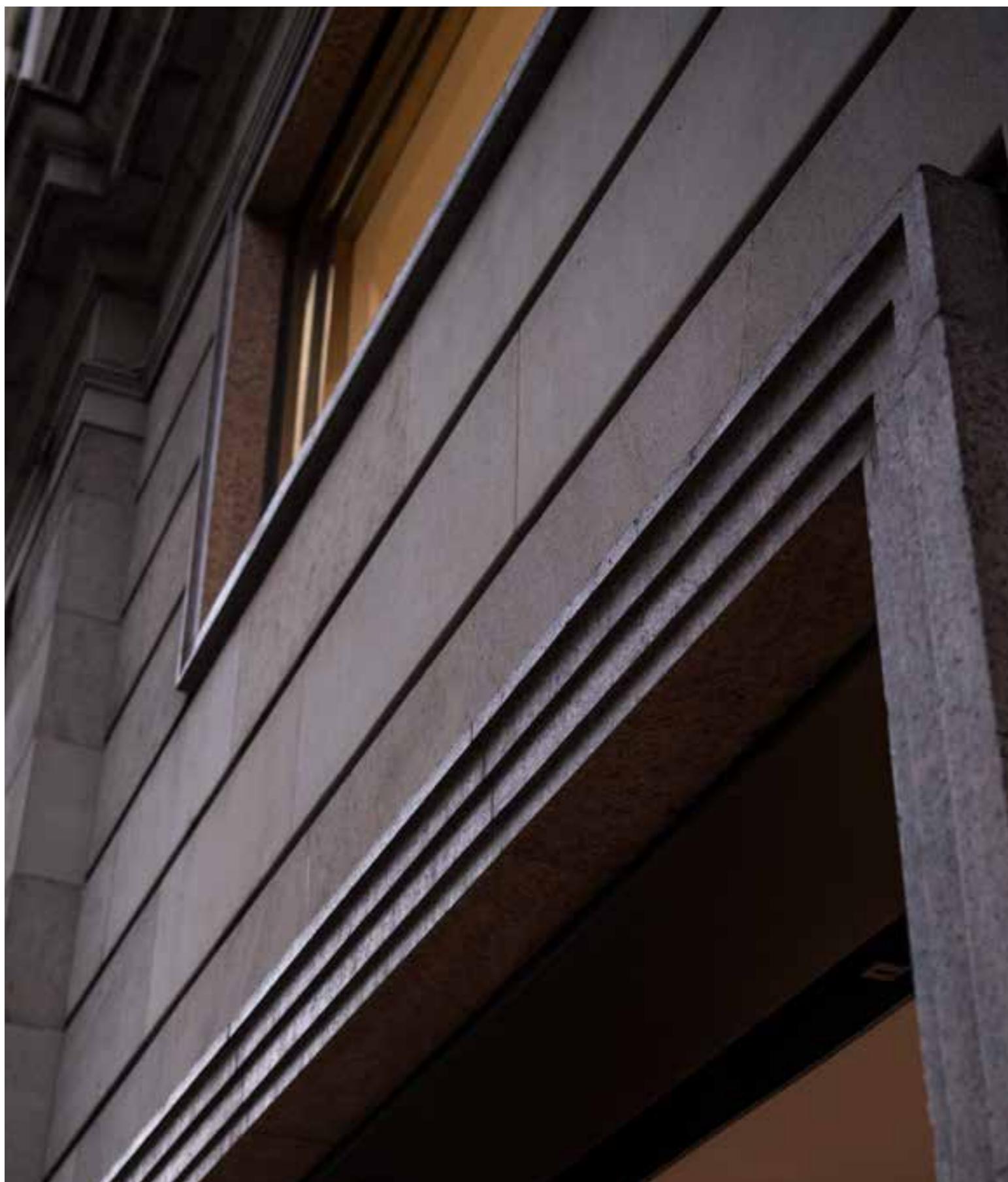
*As for tourism, 2022 marked a path towards gradual recovery after two especially difficult years of the COVID-19 pandemic, during which tourism fell to unprecedentedly low levels. The number of foreign tourists who visited Portugal narrowly surpassed pre-pandemic levels in the summer, and the total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

# LISBOA





# 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€/m<sup>2</sup>, 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/m<sup>2</sup>. 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 m<sup>2</sup>  
YEARLY RENT per sqm

1.170€

OPERACIONES  
TRANSACTIONS

10

NUEVAS MARCAS  
NEW BRANDS

10

RENTABILIDAD  
YIELD

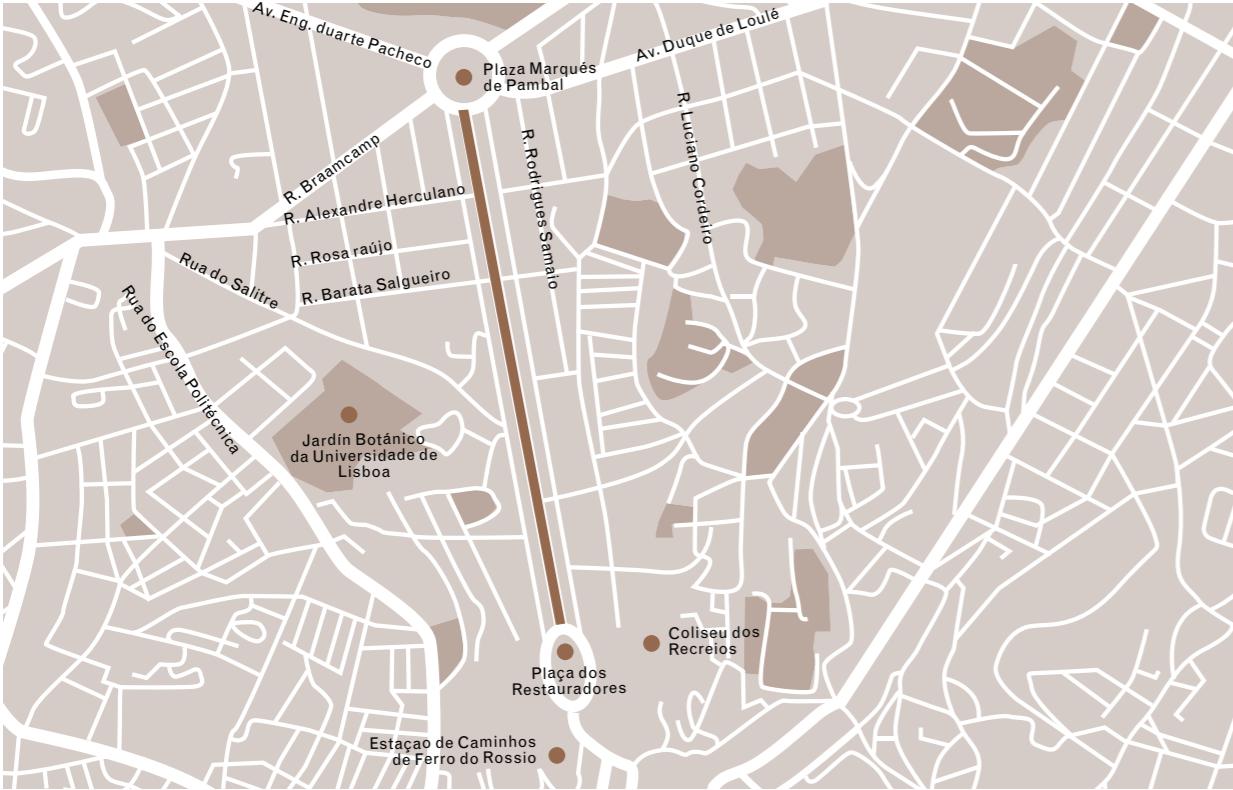
4,0%

Referencias comerciales  
Commercial references

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



X SBOA > AVENIDA DA LIBERDADE



PLAZA MARQUES DE POMBAL

Banco Montepio	263	<b>270</b>	Camoës Institute
Vacío	261	<b>266</b>	<b>Disponible</b>
Banco Atlântico Europa	259	<b>262</b>	Edifício
BPI	249	<b>258</b>	Pricípi Jewels
Millennium Bcp	247	<b>258</b>	Olhar de Prata
Luis Onofre	247	<b>254</b>	Loja das Meias (Céline & Dior)
Turim Hotel	247	<b>252</b>	Havas Village
Terzhan	247	<b>250</b>	Rosa Clara
Caixa Geral de Depósitos	245	<b>244</b>	Pastelería Marques de Pombal
EuroBic	245	<b>242</b>	<b>Disponible</b>
Hotel Marques de Pombal	243	<b>242</b>	Tranquilidade
<b>RUA ALEXANDRE HERCULANO</b>			
Max Mara	233	<b>240</b>	Cartier
Edifício	229	<b>238</b>	Bulgari
Sucursal Bancaria	227	<b>238</b>	Versace
Jagger - LeCoultre	227	<b>236</b>	→ Carolina Herrera // ✖ Disponível
Torres Johalheiros (Rolex)	225	<b>236</b>	→ Purificación García // ✖ Disponível
<b>RUA ROSA ARAÚJO</b>			
Dsquared 2	215	<b>230</b>	Edifício
Loewe	211	<b>228</b>	Edifício
Edifício Novo Banco	195	<b>224</b>	Iro
		<b>224</b>	Vilebrequin
		<b>222</b>	BBVA

Disp

Hotel Marques de Pombal	<b>243</b>	<b>242</b>	Tranquilidade
<b>RUA ALEXANDRE HERCULANO</b>			
Max Mara	<b>233</b>	<b>240</b>	Cartier
Edifício	<b>229</b>	<b>238</b>	Bulgari
Sucursal Bancaria	<b>227</b>	<b>238</b>	Versace
Jagger - LeCoultre	<b>227</b>	<b>236</b>	→ Carolina Herrera // ✖ Disponível
	<b>225</b>	<b>236</b>	→ Purificación García // ✖ Disponível
<b>RUA ROSA ARAÚJO</b>			
Torres Johalheiros (Rolex)		<b>234</b>	Edifício
		<b>232</b>	Edifício
Dsquared 2		<b>230</b>	<b>Disponível</b>
Loewe	<b>211</b>	<b>228</b>	Edifício
		<b>224</b>	Iro
Edifício Novo Banco	<b>195</b>	<b>224</b>	Vilebrequin
		<b>222</b>	BBVA

RUA BARATA SALGUEIRO

Edificio Massimo Dutti	191	220	Emporio Armani
Obras x // JNcQuoi ↵	189	206	Prada
Immobile x // Isabel Marant ↵	185	204	Van Cleef & Arpels
Tivoli Hotel	185	204	Edificio Rosa & Teixeira
Cervejaria Liberdade	185	196 E	Burberry
JULIO CESAR MACHADO	177	196	Furla
Ermengildo Zegna	177	196	Edificio Victoria
		196	Timberland
		196	Tod's
		177	Edificio

Cinema São Jorge	175	194	Boutique Dos Relogios Plus
Cambridge School	173	194	Logos
Hugo Boss	169	192	► Vacheron Constantin // ✖ Di
Samsonite	159	192	Omega
			Longchamp
			Louis Vuitton
			RUA MANUEL JESUS COELHO
			1000
TV. DA HORTA DA CERA			Hotel

Rolex 188 188

Restaurant Ribadouro	<b>155</b>	182-184	JNCCQion
<b>RUA DO SALITRE</b>		<b>182-184</b>	Fashion Clinic
Embajada de España		<b>180</b>	Saint Laurent
Hackett London	<b>151</b>		Tivoli Forum
Hugo Boss	<b>141</b>	<b>180</b>	Hotel NH Collection Liberdade
Hugo Boss	<b>131</b>	<b>180</b>	Gucci
			Edifício PCP

outique Dos Relogios Plus

<b>Avenue Bar Enoteca</b>	<b>129</b>	<b>Hotel Valvedere</b>
<b>Dara Jewellery</b>	<b>127</b>	<b>16.4</b> → <b>Espadim</b> // ✖ Disponible
<b>Hotel Sofitel</b>	<b>127</b>	<b>16.0</b> Golden Goose
<b>Matiz Restaurante</b>	<b>127</b>	<b>14.4</b> Baby Liberdade
<b>Pastelaria Pomerance</b>		<b>14.4</b> The Coffee House
		<b>14.4</b> JNCCozi Asia
		<b>11.7</b>

Disenonibile  $\rightarrow$  //Runont  $\leftarrow$  JN

Disponível // Dáptone	113	150	→ JnCQuoi // x Purificación Gar
Montblanc	111	138	The Fontana Cruz Hotel
Gilles Fine Jewellery	103		OTRIO perfume Concept
Pronovias	101		Eugenio Campos joias
PRACA DA ALEGRIA			A. Lange & Söhne
Obras x // Dior	71	79-85	André Ópticas
Maje	71	110	Mango
Conduca	71	110	→ Boezi Milano // x Disponibilhe

Sanuro 71 100 100 100

69	Omnicine Farerai	Michael Kors
69	David Rosas	<b>RUA DAS PRETAS</b>
102	COS	Maria João Bahia
67	Adolfo Dominguez	Edifício Tony Miranda
65	Claudie Pierlot	Miu Miu
63	Baiana Pastelaria	Edifício Villas-Boas
59		Zadig & Voltaire
40		Ba&sh
49	Visionlab	Lacoste
49	Overcube	Stivali ( <i>Chanel</i> )
29	Local Vazio	Holmes Place
29	Tabik Restaurante	Elisabetta Franchi
15	Obras	Roche Bobois
13	Obras	Pinko
13	Hippie Café Convenient	Amour Glamour
11	Scalpers	Rituals
11	American Vintage	Heritage Hotel
9	Armani Exchange	<b>LARGO DO ANUNCIADA</b>
9	Obras	Edifício Epal
7	Obras	Edifício Epal
5	Obras	Tabacaria Turista
12	Obras	Edifício Epal / Obras
12	Obras	<b>Disponível</b>

Dbras 2 Hard

PLAZA DE RESTAURADORES

#### **TRAMO ALTO / HIGH SECTION**

**RENTA MEDIA  
AVERAGE RENT**

**RENTA MAXIMA  
MAXIMUM RENT**

**1.620 €/m<sup>2</sup>**

Anual / Yearly

N° LOCALES  
N. PREMISES

# APERTURAS OPENINGS

---

# 10

**DISPONIBILIDAD  
AVAILABILITY**

## 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 deterioro 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.*

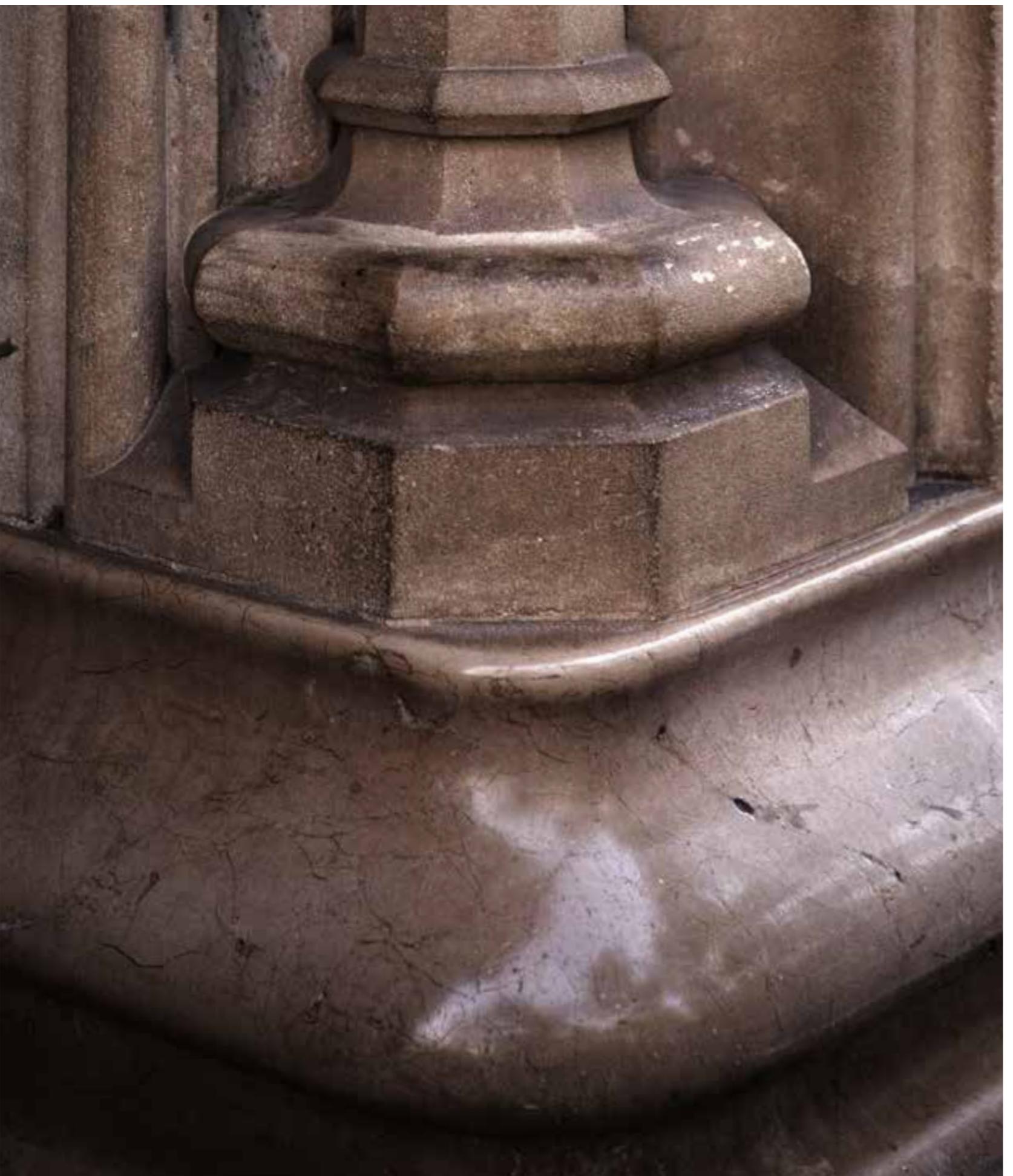
*The availability has fallen on major Roman thoroughfares like Via Condotti, Piazza Spagna and Cola di Rienzo, but has increased significantly on Via del Corso, where 28% of the premises are available.*

*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.

Se 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€/m<sup>2</sup>. 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 Pomellato. 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€/m<sup>2</sup>.

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/m<sup>2</sup>. 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/m<sup>2</sup>.*

*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 m<sup>2</sup>  
YEARLY RENT per sqm

9.275€

OPERAZIONI  
TRANSACTIONS

4

NUOVE MARCHE  
NEW BRANDS

4

RENDITA  
YIELD

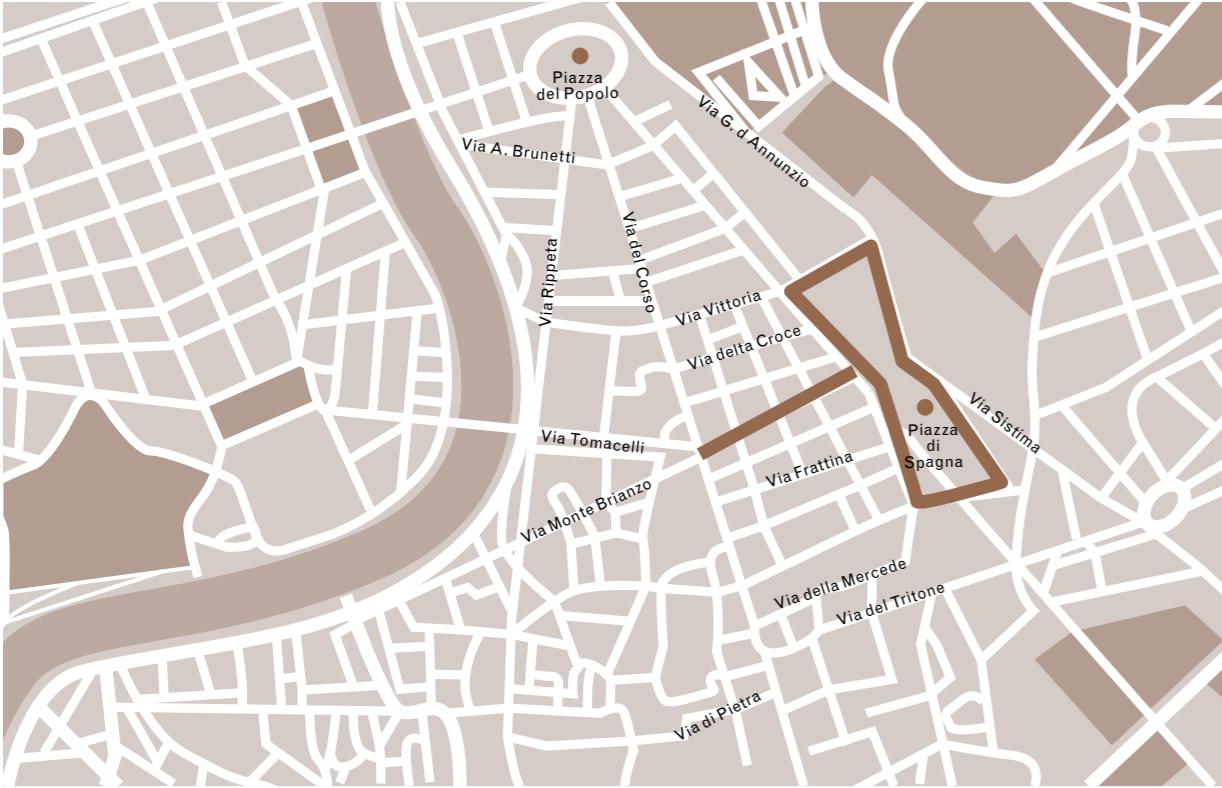
2,8%

Marchi di riferimento  
Commercial references

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

VIA DEL CORSO	
Swarovski	48-47
Chiesa	47
Ingresso civico N. 41	41
Omega	40-38
Michael Kors	37-36
VIA BELSIANA	
Rolex	35
Alberta Ferretti	34
Lj Condotti 33 // Tag Heuer ↵	33
Buccellati	32-30
Ingresso civico N. 29	29
Haussman - Patek Philipp	28
Paul & Shark	27
Ingresso civico N. 26	26
Loro Piana ✕ // Disponibile ↵	25-24
Braccialini	23A
Ingresso civico N. 23	23
Sergio Rossi	22
Ingresso civico N. 21	21
Brioni	21A
Céline	20
VIA BOCCA DI LEONE	
Ingresso civico N. 26	26
Loro Piana ✕ // Disponibile ↵	25-24
Ingresso civico N. 23	23
Ingresso civico N. 21	21
Ferragamo	20
VIA MARIO DE FIORI	
Ingresso civico N. 26	26
Loro Piana ✕ // Disponibile ↵	25-24
Ingresso civico N. 23	23
Ingresso civico N. 21	21
Ingresso civico N. 20	20
Ingresso civico N. 19	19
Ingresso civico N. 18	18
Ingresso civico N. 17	17
Ingresso civico N. 16	16
Ingresso civico N. 15	15
Ingresso civico N. 14	14
Ingresso civico N. 13	13
Ingresso civico N. 12	12
Ingresso civico N. 11	11
Ingresso civico N. 10	10
Ingresso civico N. 9	9
Ingresso civico N. 8	8
Ingresso civico N. 7	7
Ingresso civico N. 6	6
Ingresso civico N. 5	5
Ingresso civico N. 4	4
Ingresso civico N. 3	3
Ingresso civico N. 2	2
Ingresso civico N. 1	1

## ROMA > VIA DEI CONDOTTI / PIAZZA DI SPAGNA



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

VIA DELLA CROCE	
// Dolce & Gabbana ↵	97
Temporary ✕	100
Dolce & Gabbana	94
Ingresso Civico N. 93	96
Jaeger LeCoultre	92
Disp. ✕ // Aquazzurra ↵	91
Ingresso Civico N. 90	90
Loewe	88
Emilio Pucci	87
Ingresso Civico N. 86	86
Change	80
Hublot	79
Moncler	78
Moncler	77
VIA DELLE CARROZZE	
Longchamp	83
Ingresso Civico N. 81	82
Change	80
Hublot	79
Moncler	78
Moncler	77
VIA CONDOTTI	
Dior	75
Dior	73
Dior	72
Dior	71
Balenciaga	69
Ingresso Civico N. 66	67
Caffè	65
K-Way ✕ // Disp. ↵	64
Ingresso Civico N. 62	62
Sermoneva Gloves	61
Unicredit	60
VIA BORGOGNONA	
Consolato Spagna	56
Ingresso Civico N. 56	55
Uff. Turismo Spagna	55
Change	54
Ingresso Civico N. 54	54
Ingresso Civico N. 51	51
Alexander	50
VIA FRATTINA	
Nicla	49

VIA DEI CONDOTTI TRAMO ÚNICO / SINGLE SECTION	
CANONE MEDIO AVERAGE RENT	12.800 €/m <sup>2</sup>
CANONE MASSIMO MAXIMUM RENT	13.900 €/m <sup>2</sup>
N. LOCALI N. PREMISES	46
PIAZZA DI SPAGNA TRAMO ÚNICO / SINGLE SECTION	
CANONE MEDIO AVERAGE RENT	5.750 €/m <sup>2</sup>
CANONE MASSIMO MAXIMUM RENT	8.400 €/m <sup>2</sup>
N. LOCALI N. PREMISES	46

PIAZZA DI SPAGNA TRAMO ÚNICO / SINGLE SECTION	
APERTURE OPENINGS	3
RENTABILITÀ YIELD	2,8%
N. LOCALI N. PREMISES	46
DISPONIBILITÀ AVAILABILITY	
APERTURE OPENINGS	1
RENTABILITÀ YIELD	2,8%
N. LOCALI N. PREMISES	46

# ESPAÑA

## 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 períodos 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 were 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 Málaga. Their interest is both in residential, with numerous, noteworthy developments emerging, such as Metrovacesa's Málaga 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.

*The major Spanish cities share retail trends*

## 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. Firmas 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 estrenan en las arterias más demandadas 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. ♦

## 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, Zimmerman 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, Suárez, 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 autonomía 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.*

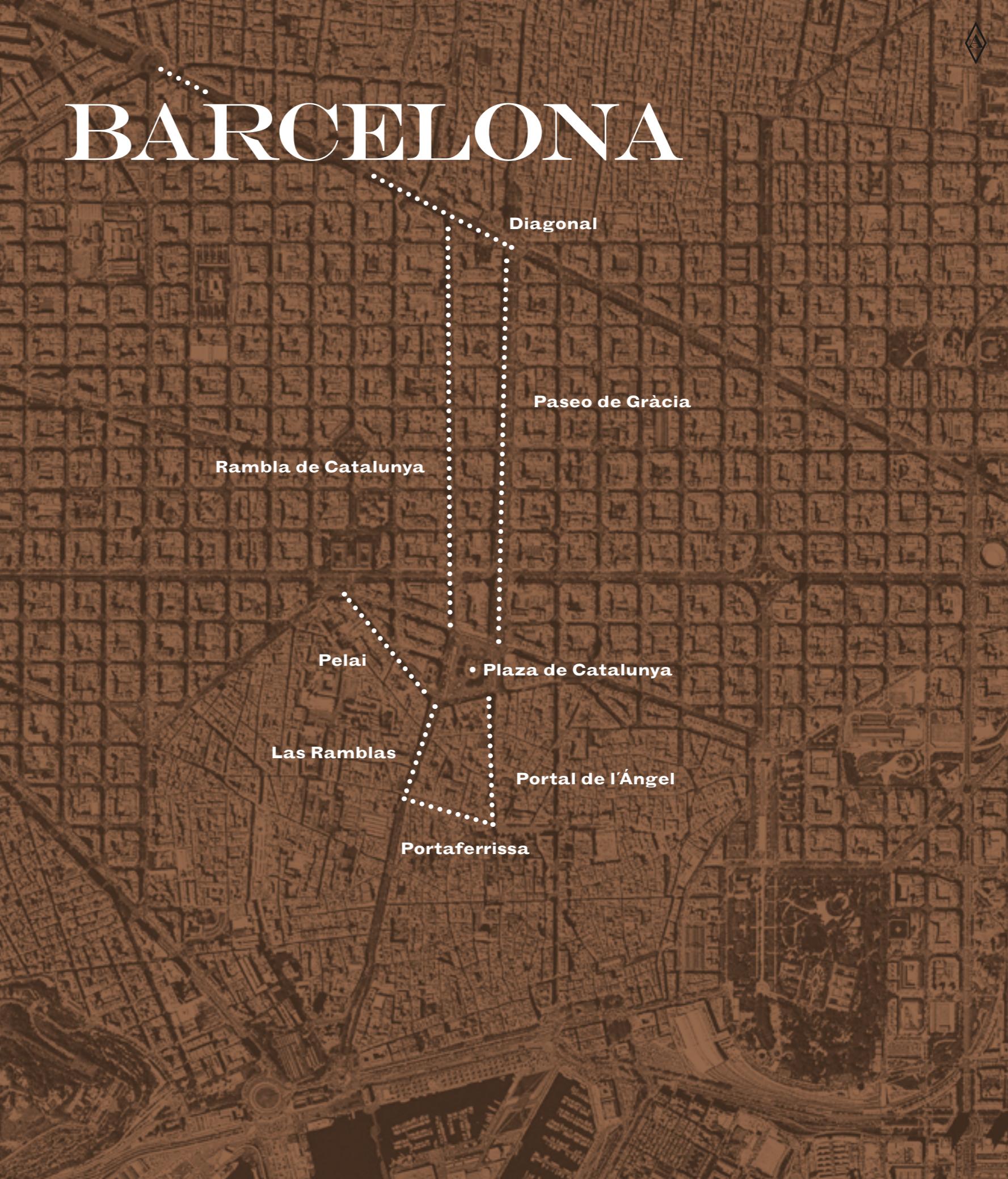
## LUXURY BETS ON PASSEIG DE GRÀCIA

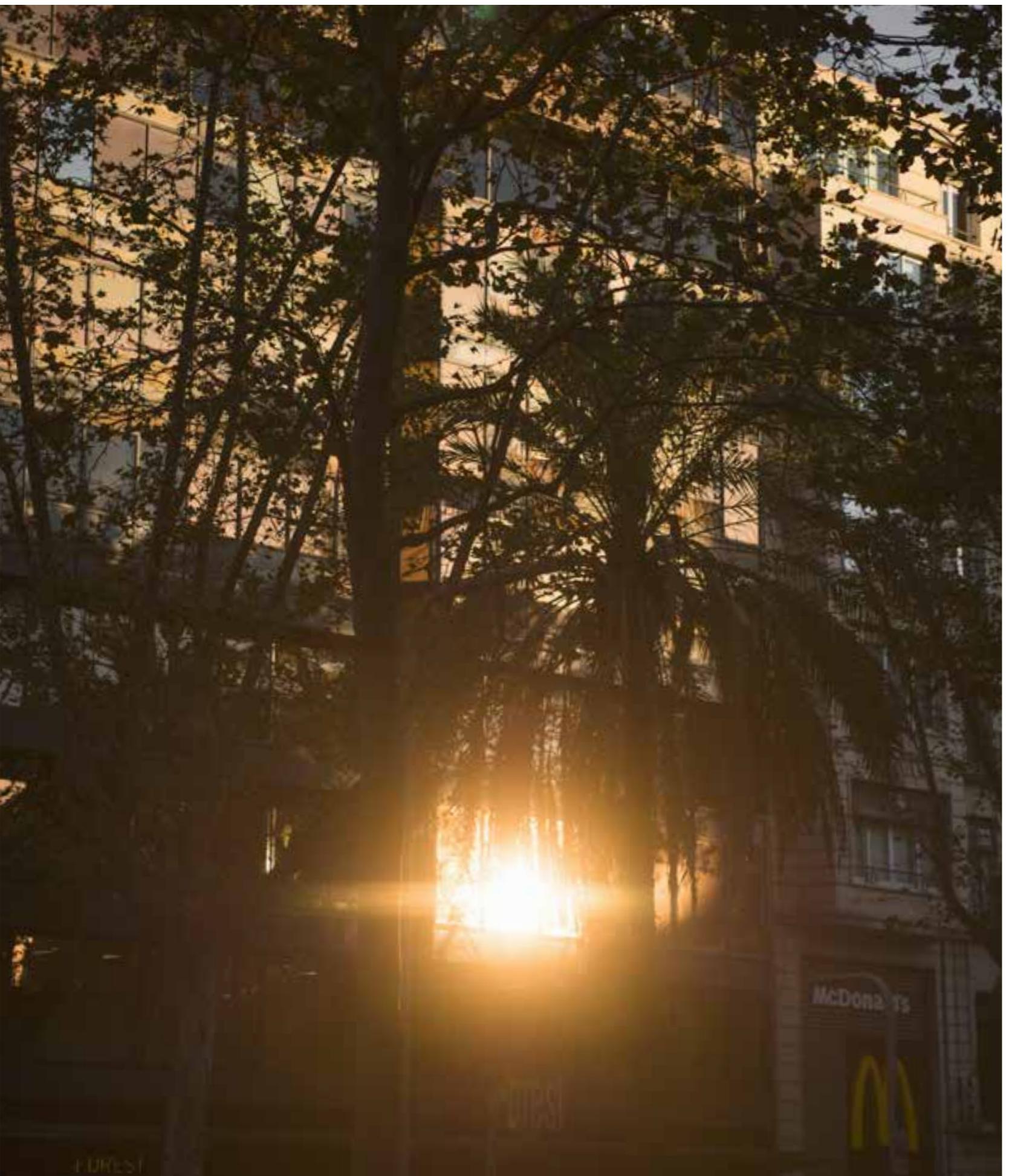
*Passeig de Gràcia has traditionally been the street of choice for international luxury, and in 2022, there were numerous movements to confirm this.*

*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€/m<sup>2</sup>. 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€/m<sup>2</sup>. La acera impar, de menor afluencia comercial, presenta una renta media de 43€/m<sup>2</sup> y una disponibilidad del 3,2% mientras que en la acera par en su tramo bajo la renta se establece en 52€/m<sup>2</sup> 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 400m<sup>2</sup> 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/m<sup>2</sup>. 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/m<sup>2</sup>. The odd-numbered side, which sees less retail traffic, commands an average rent of €43/m<sup>2</sup> and has a 3.2% vacancy rate. Rents on the even-numbered side of the lower section stand at €52/m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup>  
MONTHLY RENT per sqm

59€

OPERACIONES  
TRANSACTIONS

5

NUEVAS MARCAS  
NEW BRANDS

5

RENTABILIDAD  
YIELD

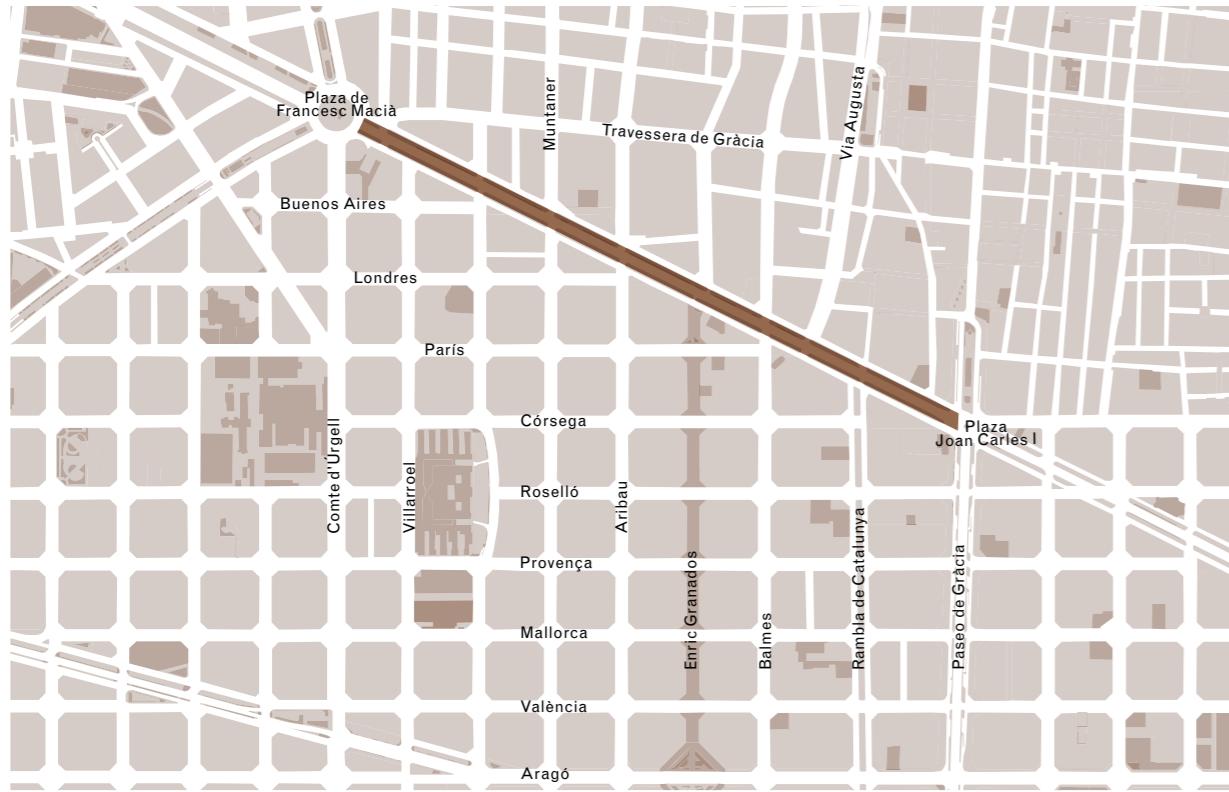
5,6%

Referencias comerciales  
Commercial references

Oysho, Zara,  
Massimo Dutti,  
Mediamarkt,  
Rituals

PLAZA FRANCESC MACÍA			
Caixabank	481	600	Camarasa
Medianmarkt	477	600	Enrique Tomás
ING	475	600	CAVET
<b>Disponible</b>	471	598	Orange
<b>VILLARROEL</b>			Oysho
Europa Café	469	596	Hotel Vincci Mae
Jean Pierre Bua	469	596	Massimo Dutti almacén
Vista Alegre	467	594	La Bul
Chez Cocó	465	594	Massimo Dutti
BBVA	463	590	Sala Barcelona
B	463	590	Alain Afflelou
Conti  // Malta (Pop up)	463	590	Mango Kids
Oficinas	461	588	Didibás
Via Augusta	459	586	Tartine et Choccolat
Chez Cocó	459	586	Mango
Renta 4 Bank	459	584	Zara
<b>CASANOVA</b>			
Dumbo caté	580	580	Women Secret
Zapata	580	580	Estanco
Galería del tresillo	453	580	Comptoir des Cotonniers
Hi Cream	449	578	SKFK
Five Guys	449	578	Hugo Boss
IKEA	445	572	PASAJE MARIMÓN
Santitas	443	572	Hackett
Ash	435	558	PdPaola
Dormity	435	558	Movistar
Natuzzi	433	556	Rituals
Bar Cros	433	550	Bar Cros
Caser Salut	441	570	Banco Santander work café
<b>MUNTANER</b>			
Balfegó	439	568	Banif
Orden en Casa	439	568	Estanco
Zapata	580	580	Kilo americano
Galería del tresillo	453	580	Tomamos impulso
Hi Cream	449	578	Tomamos impulso
Five Guys	449	578	Workcenter
IKEA	445	572	Workcenter
Santitas	443	572	Ash
Ash	435	558	Dormity
Natuzzi	433	556	Natuzzi
Bar Cros	433	550	Bar Cros
Banco Santander	433	550	Banco Santander
<b>ARIBAU</b>			
Bankia	431	538	GR Joyería
La Tagliatella	431	536	Parfois
Zurich	431	534	Verdecora
<b>Disponible</b>	429	532	Kare
Didibás	427	532	Disponible
Sentore	425	520	Sentore
La Dama	425	520	La Dama
<b>ENRIC GRANADOS</b>			La Dama
Vivari	421	520	Rosbel Joiers
Yellow Korner	421	520	Vivari
Doméstico Market	419	520	Yellow Korner
<b>Disponible  // Sleep 8 </b>	419	520	Doméstico Market
Línea Diagonal	417	514	Tapas, 24
Manu Garcia	415	512	<b>TUSÉT</b>
Macson	413	508	B the Trave Brand + Catai
Punto Blanco	413	508	Zwilling
Corella	411	508	Boliche Cinemes
El Fornet d'en Rossend	411	506	Corella
<b>Disponible  // Porcelanosa </b>	409	506	Zwilling
Rosa Clara	409	504	El Fornet d'en Rossend
<b>BALMES</b>			
Casa	407	490	Zara home
La Tagliatella	431	490	Casa Viva
Zurich	431	488	KaveHome
<b>Disponible</b>	429	484	Croce Luxury Design
Kare	427	484	Natura Casa
Sentore	425	484	Dareels
La Dama	425	482	Calma house
<b>Maisons du Monde</b>	405	482	Unión Suiza
Vivari	421	490	VIA AUGUSTA
Yellow Korner	421	478	Zara home
Doméstico Market	419	478	<b>Bolígrafo // Tous</b>
<b>Disponible  // Sleep 8 </b>	419	478	Farmacia
Línea Diagonal	417	472	Boliche Cinemes
Manu Garcia	415	472	Tempur
Macson	413	468	Pilma
Punto Blanco	413	468	BBVA
Corella	411	468	Women'secret
El Fornet d'en Rossend	411	466	Cortefiel
<b>Disponible  // Porcelanosa </b>	409	466	Forest
Rosa Clara	409	466	Mc Donald's
<b>RAMBLA CATALUNYA</b>			
Librería Diputació	393	464	CAFÉ & TÉ
La Farga	391	462	MTN outlet
Caixabank	389	462	Deopalace
<b>CÒRSIGA</b>			CaixaBank
Viena	405	478	CaixaBank
Zwilling	407	478	Iglesia de Pompeia
Corella	411	472	RIERA DE SANT MIQUEL
El Fornet d'en Rossend	411	472	Plaça Robert
<b>Disponible  // Porcelanosa </b>	409	472	Passeig de Gràcia
Rosa Clara	409	444	Casa Seat

## 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.

### 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 €/m <sup>2</sup> 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 €/m <sup>2</sup> 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 €/m <sup>2</sup> Mensual / Monthly	3,17 %	63	3	0	5,8 %	3,2 %

### SECCIÓN SECTION

TRAMO PAR ALTO / HIGH EVEN SECTION	EUR/M <sup>2</sup> /MES EUR/SQM/MONTH	EUR/M <sup>2</sup> /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 y 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€/m<sup>2</sup> a 192€/m<sup>2</sup>, 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/m<sup>2</sup> to €192/m<sup>2</sup>.*

*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 m<sup>2</sup>  
MONTHLY RENT per sqm

192€

OPERACIONES  
TRANSACTIONS

1

NUEVAS MARCAS  
NEW BRANDS

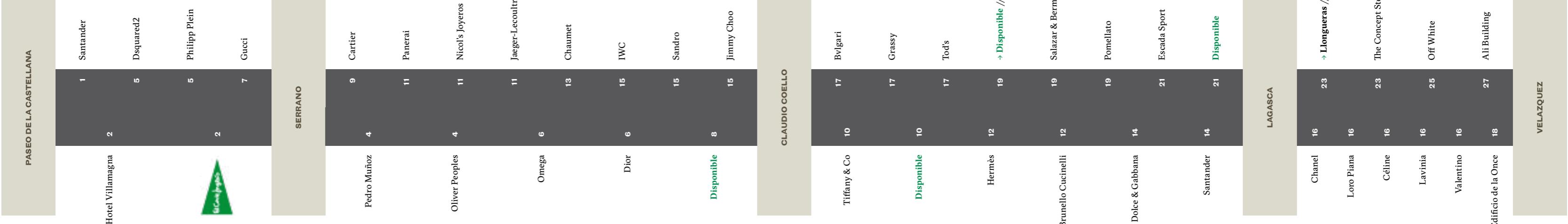
1

RENTABILIDAD  
YIELD

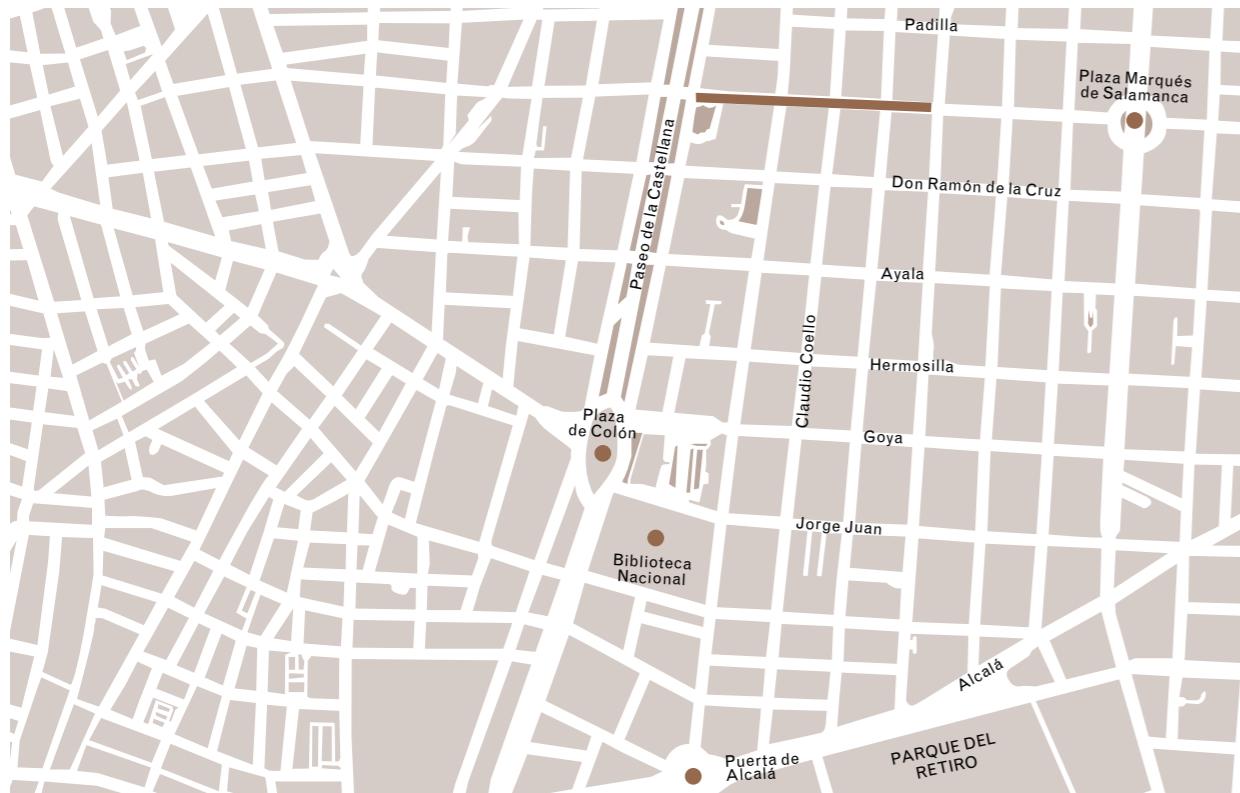
4,4%

Referencias comerciales  
Commercial references

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



## MADRID > ORTEGA Y GASSET



\*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.

### TRAMO ÚNICO / SINGLE SECTION

RENTA MEDIA AVERAGE RENT	CRECIMIENTO GROWTH	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	INVERSIÓN INVESTMENT	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
192 €/m <sup>2</sup> Mensual / Monthly	3,6 %	43	1	0	4,4 %	2,3 %

SECCIÓN SECTION	EUR/M <sup>2</sup> /MES EUR/SQM/MONTH	EUR/M <sup>2</sup> /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 €/m<sup>2</sup> del informe se calculan sobre un local tipo de 200 m<sup>2</sup>. 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/m<sup>2</sup> in the report are calculated on the basis of an average premises of 200 m<sup>2</sup>. 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

**Maria de Andrés**

Análisis  
Analysis

**Ditrendia**  
[www.mtconsulting.es](http://www.mtconsulting.es)

Fotografía  
Photography

**Hugo de la Rosa**  
[www.hugodelarosa.com](http://www.hugodelarosa.com)

Dirección de Arte  
y maquetación  
Art Direction & Layout

**131.gd**

