



Rynek dóbr luksusowych w Polsce

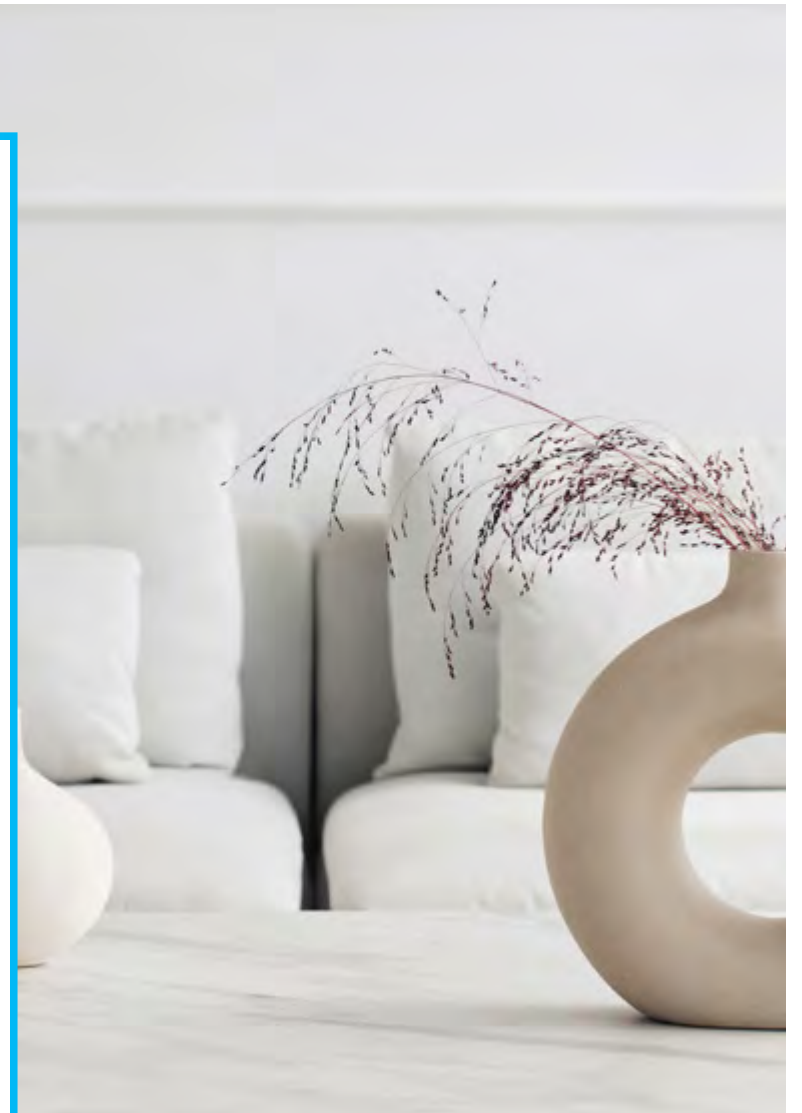
Luksus w niepewnych czasach

Maj 2023 | kpmg.pl



Spis treści

Wstęp	3
Kluczowe wnioski	4
Nabywcy dóbr luksusowych w Polsce i ich sytuacja finansowa	6
Rynek dóbr luksusowych w Polsce	17
Notowania spółek sektora dóbr luksusowych	48



Wstęp

Już po raz trzynasty mamy przyjemność zaprezentować Państwu tworzony przez KPMG raport na temat rynku dóbr luksusowych w Polsce. Czas wychodzenia z pandemii, wysoka inflacja i wojna w Ukrainie nie sprawiły, że Polacy przestali kupować towary luksusowe. Wartość rynku osiągnęła w 2022 roku 37 mld zł, co oznacza wzrost o 18,9% r/r. Wartość prawie wszystkich segmentów przewyższyła już tę odnotowaną przed kryzysem wywołanym globalną pandemią. Jedyną kategorią dóbr luksusowych, która ma jeszcze dużo do nadrobienia pozostają hotele i SPA. Nie ma jednak nic zaskakującego w tym, że to właśnie ten segment musi odrobić najwięcej – obostrzenia spowodowały w turystyce ogromne straty. Tempo wzrostu wartości tego segmentu oraz dalsze prognozy rozwoju napawają jednak optymizmem – w ciągu kilku lat ma on szansę stać się drugim pod względem wielkości w Polsce, ustępując tylko samochodom.

Nabywanie kosztownych dóbr luksusowych nie byłoby możliwe, gdyby majątek Polaków nie był wystarczająco duży. O to jednak też nie musimy się na razie martwić. W 2021 roku po raz pierwszy w historii grupa Polaków, których zarobki przekraczają drugi próg podatkowy osiągnęła dwa miliony. Wyraźnie przybyło osób zamożnych, bogatych i bardzo bogatych. Znacząco, aż o prawie 10%, wzrosła też liczba osób, które posiadają aktywa netto warte ponad 1 milion dolarów. Czy można jednak wysnuć wnioski, że Polacy dynamicznie się bogacą? Przy obecnych poziomach inflacji, takie podsumowanie mogłoby być nadużyciem. Pewne jest jednak to, że w trudnych i niepewnych czasach Polacy nie boją się wydawać pieniędzy na produkty marek luksusowych i premium, być może doceniając ich niemalejącą, a często rosnącą z czasem wartość.



Andrzej Marczak

Partner, Szef Działu Doradztwa Podatkowego w Europie Środkowo-Wschodniej, Szef Zespołu ds. PIT w KPMG w Polsce



Tomasz Wiśniewski

Partner w Dziale Deal Advisory, Szef Zespołu Wycen w KPMG w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej

Kluczowe wnioski

DOBRO LUKSUSOWE

definiujemy jako każde dobro (w tym także usługę) opatrzone marką powszechnie uznawaną za luksusową na danym rynku lub takie, które ze względu na swoją specyfikę (unikalność, wysoką cenę) nabiera luksusowego charakteru.

1

W 2021 roku grupa Polaków przekraczających ówczesny drugi próg podatkowy, czyli osiągających miesięczne dochody przewyższające 7,1 tys. zł brutto po raz pierwszy w historii

przekroczyła 2 miliony osób

2

Aktywa netto*

powyżej miliona dolarów

posiadało w 2021 roku już ponad 100 tys. osób w Polsce. To o 9,7% więcej niż w poprzednim roku.

* Aktywa jednostki pomniejszone o jej wszystkie zobowiązania.

3

Spadły zarówno średnie zarobki osób bogatych

o dochodzie powyżej 50 tys. zł brutto jak i osób bardzo bogatych o dochodzie powyżej 1 mln zł brutto.

4

Ponad

40% wszystkich aktywów netto stanowią depozyty

depozyty (+3,5% r/r), na drugim miejscu pozostają inwestycje (-1,9% r/r).

Kluczowe wnioski

5

Całkowita wartość rynku dóbr luksusowych w Polsce wzrosła w 2022 roku o 18,9% r/r i osiągnęła wartość

37 mld zł

(w porównaniu do 31,1 mld zł* w 2021 roku)

6

Producenci samochodów premium i luksusowych

tworzyli w 2022 roku największą część rynku (blisko 67%). Wartość tego segmentu wyniosła

24,7 mld zł

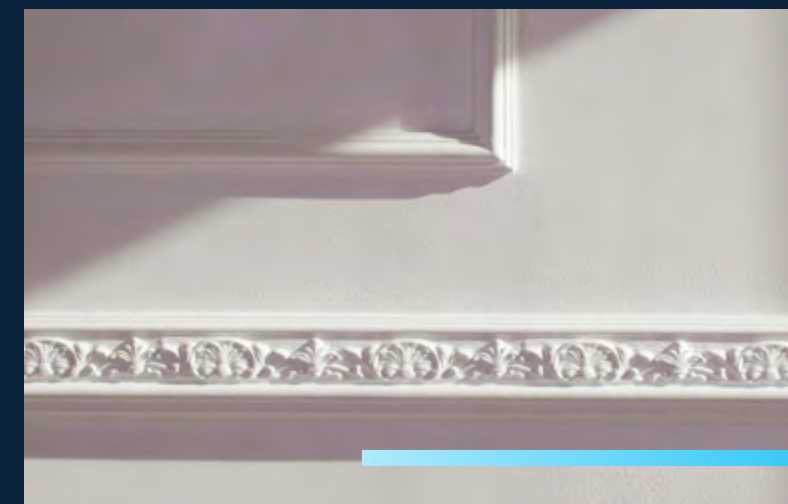
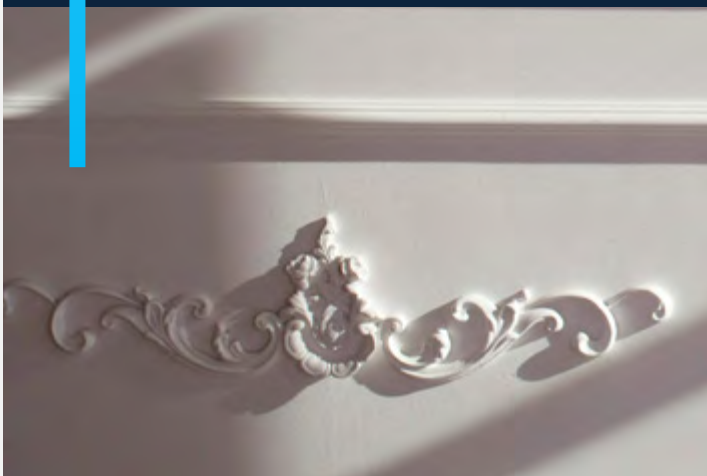
i wzrosła o 20,5% r/r.

7

Wartość rynku luksusowych obiektów hotelowych stanowiła w 2022 r. dopiero

blisko 70% wartości rynku sprzed kryzysu

wywołanego przez COVID-19 – mimo największego spośród wszystkich segmentów odnotowanego wzrostu (45,6% r/r).



* Różnica w wartości w porównaniu z rokiem poprzednim jest spowodowana rewizją danych dotyczących hoteli i SPA, wynikającą ze zmian zachodzących w kategoryzacji hoteli i sposobie liczenia danych w bazie Euromonitor International.

Nabywcy dóbr luksusowych w Polsce i ich sytuacja finansowa

Z każdym rokiem w Polsce coraz większa liczba osób może sobie pozwolić na zakup towarów luksusowych. Grupa Polaków przekraczających drugi próg podatkowy, czyli osiągających miesięczne dochody przewyższające 7,1 tys. zł brutto stale rośnie i w 2021 roku po raz pierwszy w historii przekroczyła 2 miliony osób. Poza rosnącymi zarobkami, zauważalne jest także zwiększenie majątku Polaków. Aktywa netto powyżej miliona dolarów posiadało w 2021 roku już ponad 100 tys. osób. To o 9,7% więcej niż w poprzednim roku. Warto jednak zauważyć, że minione dwa lata charakteryzowała wysoka inflacja, która według danych GUS w 2021 roku wyniosła 5,1%, a w 2022 roku aż 14,4%. Rosnące zarobki oznaczają wzrost przeciętnego wynagrodzenia w 2022 roku o 12% w porównaniu z rokiem poprzednim, jednak wskaźnik realnego przeciętnego wynagrodzenia w 2022 r. w stosunku do 2021 r. wyniósł 97,9, co oznacza 2,1% obniżki pensji realnych.



Potencjalni nabywcy dóbr luksusowych w liczbach

W 2021 roku w Polsce drugi próg podatkowy nadal znajdował się na poziomie 85 528 zł brutto rocznie (około 7,1 tys. zł brutto miesięcznie). Zgodnie z danymi Ministerstwa Finansów osób, które osiągały takie zarobki było w naszym

kraju 2,07 miliona. W porównaniu do roku 2020 przybyło zatem tych, którzy musieli zapłacić wyższy podatek od dochodów (o 17,4%). Dynamika wzrostu wróciła więc do normy po wyhamowaniu skutków pandemii. Łączny dochód wszystkich Polaków przekraczających drugi próg podatkowy wyniósł w 2021 roku 468 mld zł i był o prawie 15,8% wyższy niż w roku poprzednim. Spośród ponad 2 milionów dobrze zarabiających Polaków 1,58 miliona osób rozliczało się według skali podatkowej, natomiast 492 tys. według podatku liniowego.

W 2022 roku wprowadzono reformy, które zmieniły wysokość drugiego progu podatkowego ustalając go na poziomie 120 tys. zł brutto w skali roku, czyli 10 tys. zł brutto miesięcznie. Dopiero po osiągnięciu takiego dochodu niezbędne będzie zapłacenie wyższego podatku – 32% od kwoty przekraczającej próg podatkowy.

Wśród osób zarabiających w Polsce powyżej 7,1 tys. zł brutto miesięcznie, na potrzeby raportu wydzielono trzy grupy: osoby zamożne, czyli zarabiające powyżej 20 tys. zł brutto miesięcznie, osoby bogate (powyżej 50 tys. zł brutto miesięcznie) oraz osoby bardzo bogate, których roczny dochód przekracza 1 milion zł. To właśnie te grupy, a w szczególności ostatnia z wymienionych, są potencjalnie najważniejszymi klientami dla marek luksusowych. Wzrost liczby osób z wysokim statusem materialnym oraz notowanych przez nich dochodów pozwala stabilnie rozwijać się branżę dóbr luksusowych.

W 2021 roku ponownie przybyło w Polsce osób zamożnych, bogatych oraz bardzo bogatych. Dochody powyżej 20 tys. zł brutto miesięcznie osiągnęło 320 tys. osób, czyli o 12,8% więcej niż w roku poprzednim, a łącznie zarobili oni 220 mld zł (+9,8% r/r). Osób bogatych było w Polsce w 2021 roku blisko 83 tys., czyli o 7,4% więcej r/r, a ich łączny dochód zwiększył się o 5,4% do 130 mld zł. Grupa osób bardzo bogatych wzrosła natomiast o 4,8% do 37 tys., a ich zarobki były wyższe o 2,6% niż w roku 2020 i osiągnęły 94 mld zł. Mimo że dynamika była wzrostowa w każdej z grup, to odnotować należy jej spowolnienie wśród osób bogatych i bardzo bogatych. Polaków o takich zarobkach przybyło odpowiednio o 4,2 p.p i 5,5 p.p mniej

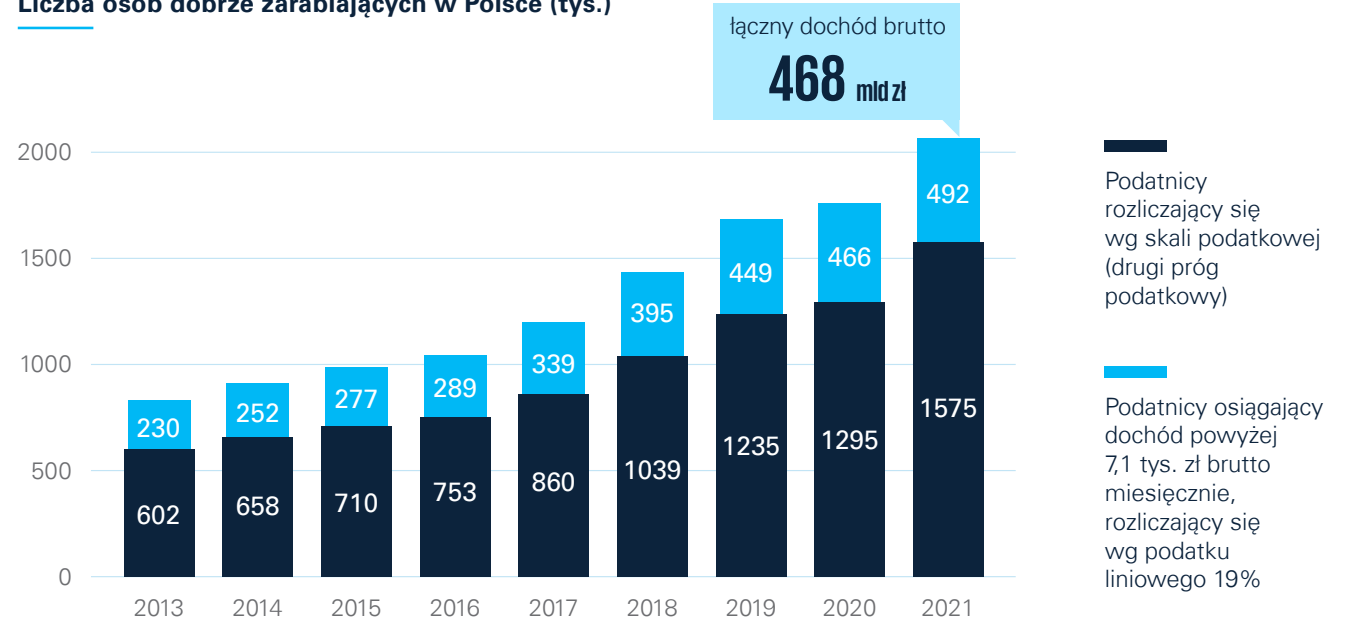
niż w roku poprzednim. Innym sygnałem świadczącym o prawdopodobnym niewielkim zastojem ekonomicznym jest fakt, że w każdej z opisywanych grup spadły w 2021 średnie miesięczne dochody. Osoby zamożne zarabiał średnio 57,3 tys. zł, czyli o 2,6% mniej niż w roku poprzednim, bogate 131 tys. zł (-1,9% r/r), a bardzo bogate 211,4 tys. zł (-2,1% r/r).

Niezmiennie na przestrzeni lat województwem, w którym mieszka

największy odsetek osób przekraczających drugi próg podatkowy jest województwo mazowieckie. Warszawa przyciąga ogromnymi możliwościami, szybkim rozwojem i obietnicą wysokich zarobków. Pozostaje centrum biznesowym, w szczególności dla prężnie rozwijającego się sektora usług. W województwie mazowieckim w 2021 roku mieszkało 529 tys. osób zarabiających powyżej 7,1 tys. zł miesięcznie, czyli stanowili oni 25,6% wszystkich Polaków

należących do tej grupy podatników. Wygenerowali dochody wynoszące 122 mld zł (26% dochodów wszystkich dobrze zarabiających). Na Mazowszu mieszkało również najwięcej osób zamożnych (86,9 tys.), bogatych (19,8 tys.) i bardzo bogatych (8,6 tys.). Trzy kolejne województwa zamieszkiwane przez największą liczbę osób przekraczających drugi próg podatkowy to: śląskie (229,8 tys. osób), dolnośląskie (193,3 tys.) i małopolskie (188,6 tys.).

Liczba osób dobrze zarabiających w Polsce (tys.)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów

Średnie zarobki miesięczne osób bogatych
o dochodzie powyżej 50 tys. zł brutto miesięcznie

131 tys. zł (-1,9% r/r)

Średnie zarobki miesięczne osób bardzo bogatych
o dochodzie powyżej 1 mln zł brutto rocznie

211,4 tys. zł (-2,1% r/r)

We wszystkich województwach w porównaniu do roku poprzedniego wzrosła liczba osób przekraczających drugi próg podatkowy, jednak nie w każdym regionie udało się utrzymać dodatnią dynamikę w poszczególnych grupach zarobkowych. Województwo zachodniopomorskie jest jedynym, w którym odnotowano spadek liczby osób w którejś z grup. Odsetek osób bogatych i bardzo bogatych mieszkających w tym regionie zmalał w 2021 roku odpowiednio o 10,3% oraz 11% w stosunku do roku

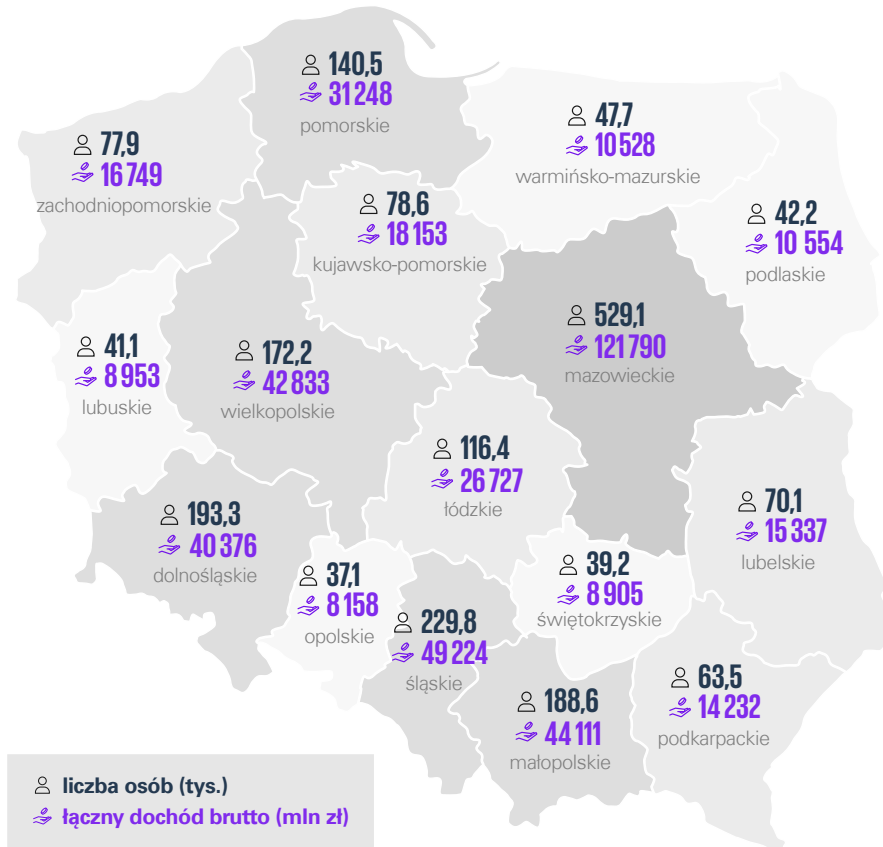
poprzedniego. W przeciwieństwie do zachodniej części Pomorza ten rok do udanych mogą zaliczyć mieszkańcy województwa pomorskiego, w którym liczba osób zamożnych wzrosła o 21,4%, a bogatych o 26,3% oraz śląskiego, gdzie grupa osób bardzo bogatych powiększyła się o 34,1%. Najwięcej Polaków o dochodach przekraczających 1 mln zł rocznie poza województwem mazowieckim mieszkało natomiast w Wielkopolsce i na Śląsku (po 4,2 tys. osób).

Ostatni rok upłynął pod znakiem rekordowej inflacji oraz konfliktu zbrojnego w Ukrainie co w dużym stopniu może wpłynąć na zakupy najbogatszych Polaków. Wzrostowi inflacji towarzyszył nieustanny wzrost wynagrodzeń, czego potwierdzeniem jest rosnąca liczba dobrze zarabiających Polaków. Warto również zaznaczyć, iż rok 2022 to czas reform podatkowych, które zmieniły m.in. wysokość drugiego progu podatkowego, ustalając go na poziomie 120 tys. PLN brutto w skali roku. Dopiero po osiągnięciu takiego dochodu i uwzględnieniu kwoty wolnej, niezbędne będzie zapłacenie wyższego podatku, tj. 32%.

Andrzej Marczał

Partner, Szef Działu Doradztwa Podatkowego w Europie
Środkowo-Wschodniej, Szef Zespołu ds. PIT w KPMG w Polsce

Liczba osób przekraczających drugi próg podatkowy o miesięcznym dochodzie brutto powyżej 7,1 tys. zł i ich łączny dochód brutto w podziale na województwa (2021)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów

Liczba osób mieszkających w Polsce, przekraczających drugi próg podatkowy

2,07 mln

Łączny dochód brutto osób mieszkających w Polsce, przekraczających drugi próg podatkowy

467,9 mld zł





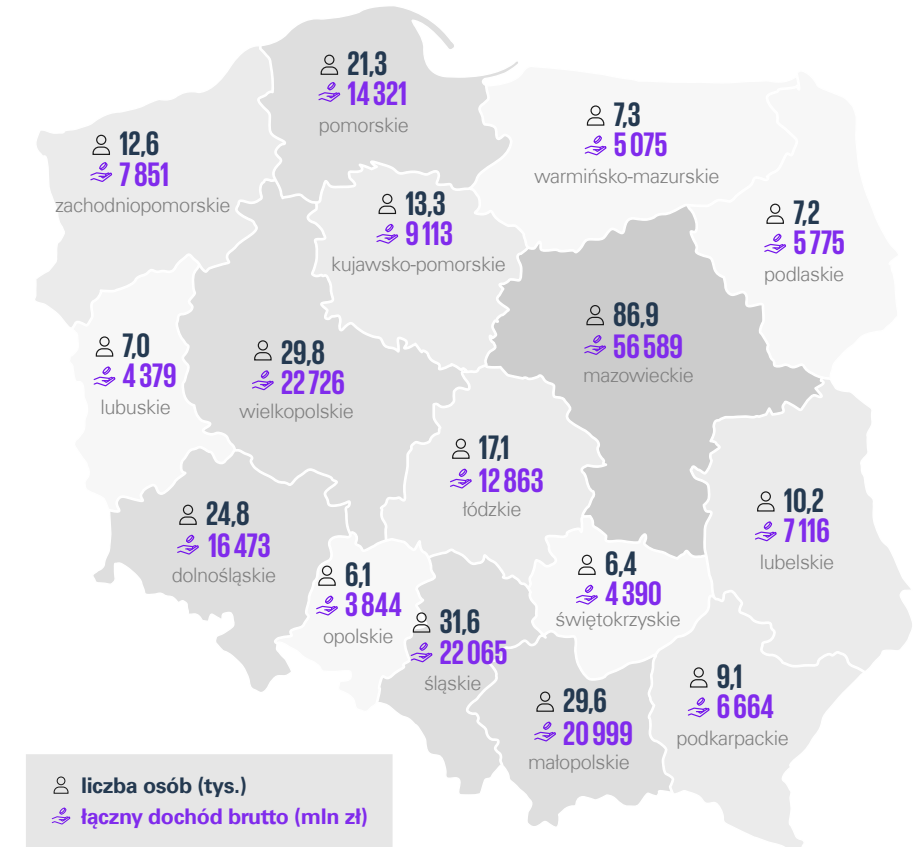
Liczba osób zamożnych mieszkających w Polsce

320,2 tys.

Łączny dochód brutto osób zamożnych mieszkających w Polsce

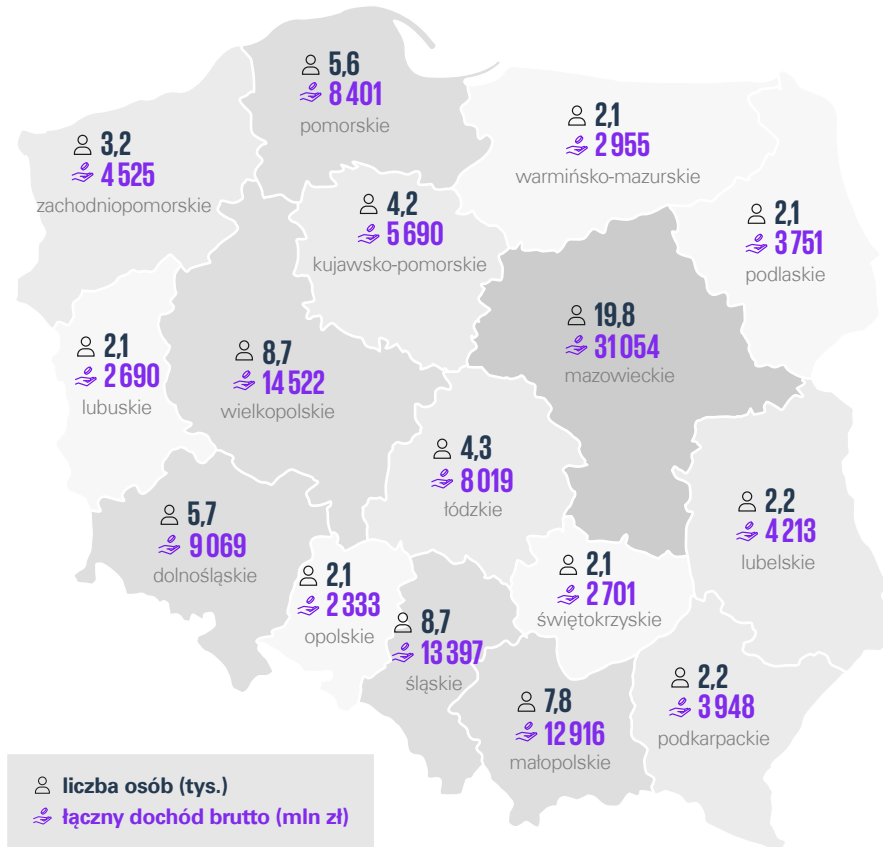
220,2 mld zł

Liczba osób zamożnych o miesięcznym dochodzie brutto powyżej 20 tys. zł i ich łączny dochód brutto w podziale na województwa (2021)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów

Liczba osób bogatych o miesięcznym dochodzie brutto powyżej 50 tys. zł i ich łączny dochód brutto w podziale na województwa (2021)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów

Liczba osób bogatych mieszkających w Polsce

82,8 tys

Łączny dochód brutto osób bogatych mieszkających w Polsce

130,2 mld zł





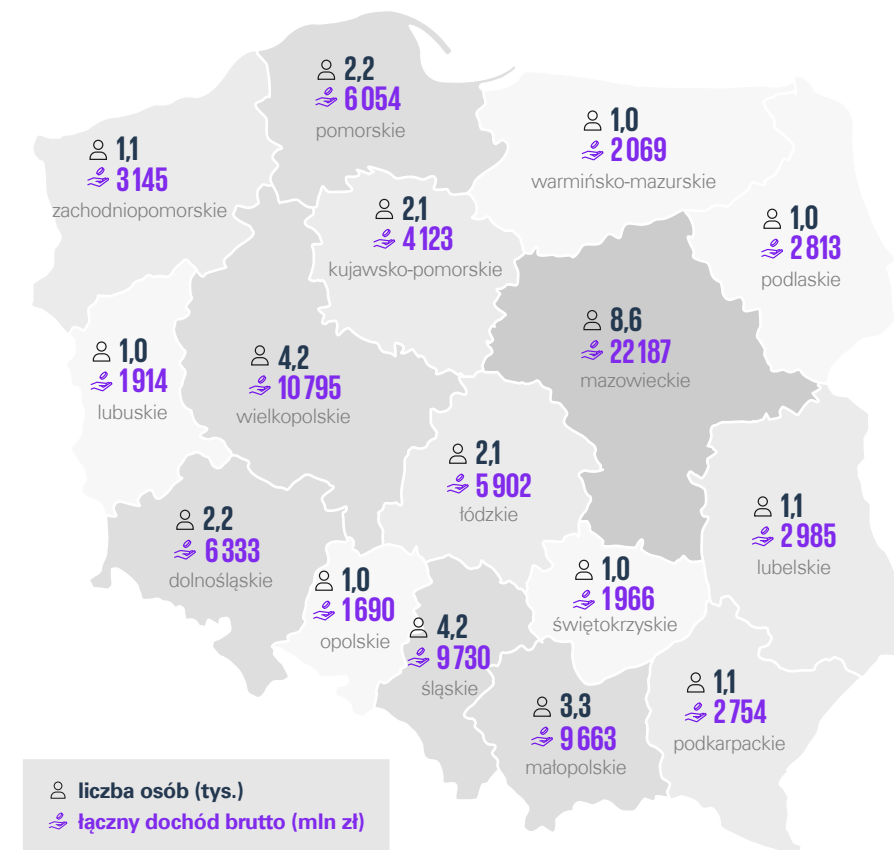
Liczba osób bardzo bogatych mieszkających w Polsce

37,1 tys.

Łączny dochód brutto osób bardzo bogatych mieszkających w Polsce

94,1 mld zł

Liczba osób bardzo bogatych o dochodach powyżej 1 mln zł brutto rocznie i ich łączny dochód brutto w podziale na województwa (2021)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów

Zamożni Polacy w liczbach

Według najnowszego raportu *Credit Suisse Global Wealth Databook 2022*, na koniec 2021 roku w Polsce mieszkało ponad 100 tys. osób, które można określić mianem HNWI (*High Net Worth Individuals*), czyli których majątek liczony w aktywach netto wyniósł co najmniej 1 mln dolarów. W roku 2022 nastąpiła znacząca rewizja dotychczasowych szacunków poziomu bogactwa dla Polski, ponieważ poprzednie szacunki wartości aktywów niefinansowych były niezgodne z szacunkami OECD. W konsekwencji liczby HNWI zostały zrewidowane w dół dla wszystkich lat. Zgodnie z nowymi danymi na koniec roku 2021 liczba HNWI w Polsce wyniosła 100,1 tys. i w porównaniu do roku poprzedniego wzrosła o 9,7%. Największy odsetek milionerów w Polsce, bo aż 91%, stanowią

osoby, których majątek jest wart pomiędzy 1 a 5 milionów dolarów. Polacy, których aktywa netto opiewają na więcej niż 50 mln dolarów stanowią jedynie 0,3% wszystkich HNWI, jednak jak wynika z najnowszego raportu Credit Suisse to właśnie ta grupa powiększyła się w ciągu roku najbardziej – o 15,1%.

Wśród 20 wybranych państw europejskich Polska w bezwzględnej liczbie HNWI wyprzedza takie kraje jak Grecja, Czechy i Rumunia. Nieznacznie odbiega natomiast od Finlandii. W czołówce państw europejskich z największą liczbą HNWI w pierwszej trójce znalazła się Wielka Brytania (ponad 2,8 mln), Francja (blisko 2,8 mln) oraz Niemcy (blisko 2,7 mln), które w zeszłym roku plasowały się na pierwszej pozycji.

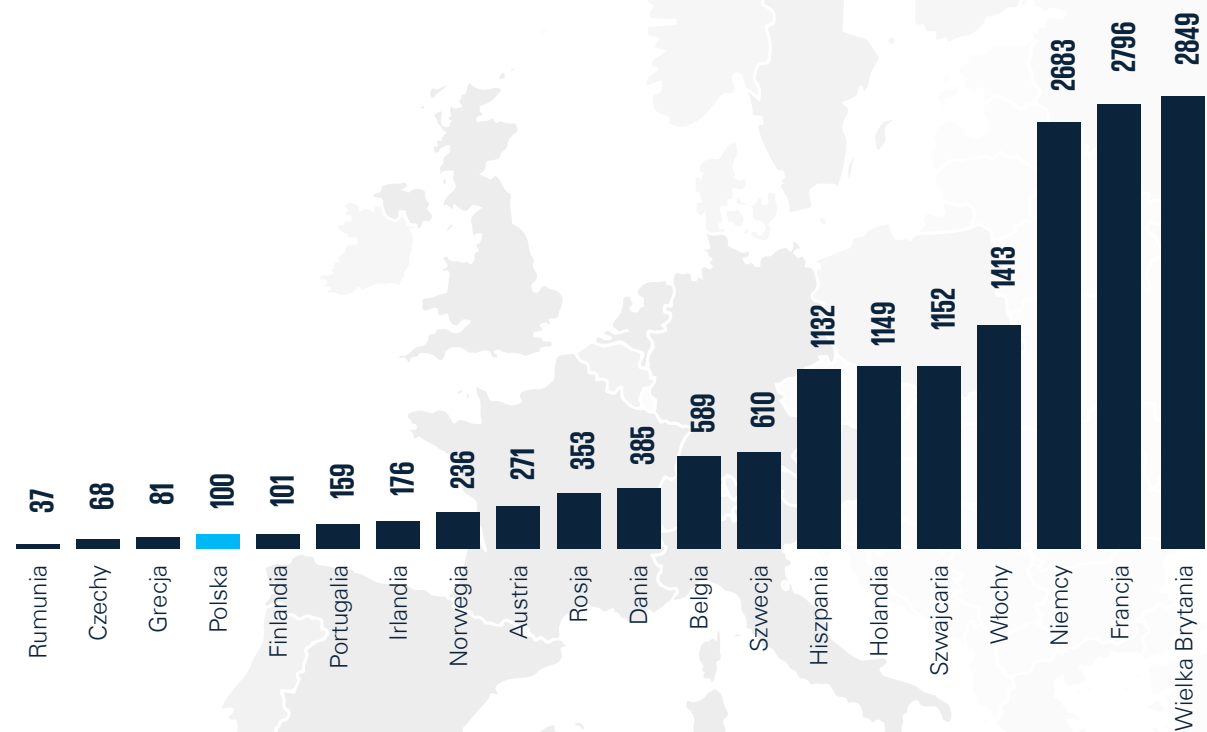
Liczba HNWI w Polsce według bogactwa (stan na koniec 2021 r.)

	2020	2021	Różnica % r/r
1-5 mln \$	83 037	91 039	9,6%
5-10 mln \$	5 305	5 836	10,0%
10-50 mln \$	2 660	2 980	12,0%
Powyżej 50 mln \$	238	274	15,1%
Razem HNWI	91 240	100 129	9,7%

HNWI (*High Net Worth Individuals*) – osoby o aktywach netto powyżej 1 mln dol.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Credit Suisse

**Liczba HNWI w wybranych krajach europejskich
(w tys., stan na koniec 2021 r.)**



HNWI (*High Net Worth Individuals*) – osoby o aktywach netto powyżej 1 mln dol.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Credit Suisse



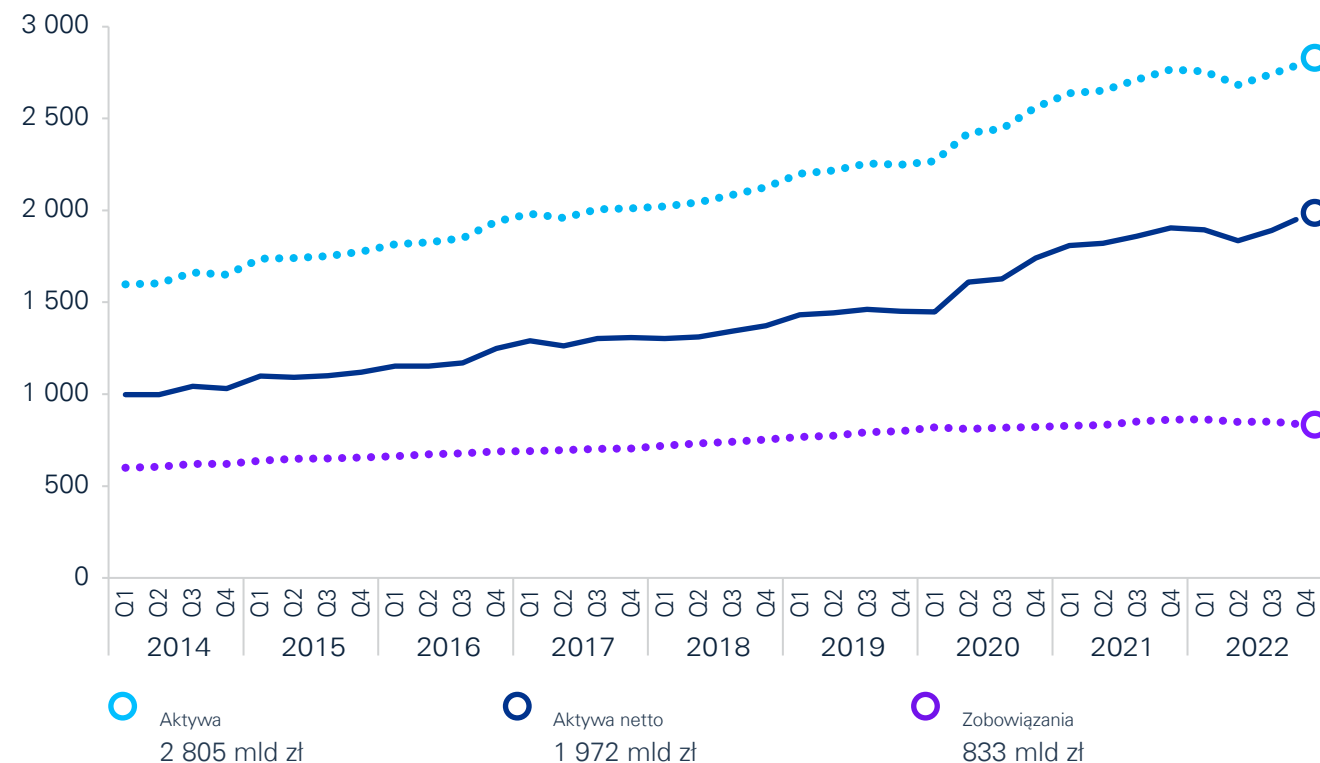
Liczba HNWI w Europie na koniec 2021 r.

16,7 mln

Majątek Polaków

Na koniec 2022 roku suma majątku, który został zgromadzony w polskich gospodarstwach domowych wyniosła 2805 mld zł. W porównaniu do roku poprzedniego odnotowano zatem niewielki wzrost – o 1,4%. Wartość aktywów netto zwiększyła się o 3,5% r/r i wyniosła 1972 mld zł. Należy jednak podkreślić, że w związku z wysokim poziomem inflacji realna wartość majątku Polaków w 2022 roku spadła szacunkowo o około 10%. W przypadku zobowiązań, w porównaniu z 2021 rokiem, zarejestrowano spadek wartości zadłużenia o 3,3% do 833 mld zł.

Stan aktywów i zobowiązań finansowych gospodarstw domowych (mld zł)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych NBP

Warto zwrócić uwagę na dwa kluczowe trendy z perspektywy zarządzania finansami i majątkiem. Po pierwsze, w badaniu KPMG Customer Experience Excellence aż 72% Polaków wskazało, że ich sytuacja finansowa pogorszyła się. Grupa ta ograniczyła wydatki lub miała problem z ich pokryciem i poszukiwała rozwiązań w celu obniżenia lub zamrożenia kosztów obsługi swoich zobowiązań, na przykład poprzez wakacje kredytowe. Po drugie, jedynie 13% respondentów wskazało, że ich sytuacja finansowa poprawiła się. Wśród nich znajdują się tak zwani High Net Worth Individuals (HNWI). Ich liczba zwiększa się w Polsce szybciej niż na świecie, a co za tym idzie przychody banków oferujących usługi private banking i wealth management również zdecydowanie rosną.

Andrzej Gałkowski

Partner, Usługi Doradcze dla Sektora Finansowego,
Lider doradztwa dla sektora bankowego w KPMG w Polsce



Struktura aktywów gospodarstw domowych nie uległa znaczącym zmianom w porównaniu do roku poprzedniego. Ponownie okazało się, że Polacy zdecydowanie na pierwszym miejscu stawiają depozyty. Przechowywane w ten sposób środki są warte 1111 mld zł i stanowią blisko 40% aktywów. Ich stan w porównaniu z rokiem poprzednim powiększył się o 3,5%. Drugą pod względem wielkości kategorią, mimo spadku o 1,9% r/r, pozostają inwestycje. Wartość przechowywanych w ten sposób aktywów wyniosła na koniec 2022 roku 702 mld zł, co stanowi 1/4 środków polskich gospodarstw domowych. Po zeszłorocznym spadku z podium, na rzecz ubezpieczeń i OFE, na trzecie miejsce powróciły aktywa w postaci gotówki. Polacy w grudniu ubiegłego roku przechowywali w tej postaci 348 mld zł, czyli o 3,9% więcej niż rok wcześniej. Wspomniana już kategoria ubezpieczeń i OFE po znakomitym 2021 roku, teraz odnotowała znaczne pogorszenie wyniku. Gospodarstwa domowe ulokowały w tej formie 317 mld zł, co oznacza spadek o 9,5% r/r.

Przeważającą część zobowiązań Polaków niezmiennie stanowią długoterminowe kredyty i pożyczki, które odpowiadają za 91,6% całkowitego zadłużenia. Ich wartość na koniec 2022 roku wynosiła 763 mld zł. Warto jednak zauważyć, że w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego zobowiązania Polaków w tej kategorii zmniejszyły się o 3,9%, a spadek odnotowywano w każdym kolejnym kwartale ubiegłego roku. Niewielki wzrost zadłużenia zarejestrowano natomiast w przypadku krótkoterminowych kredytów i pożyczek (2,5% r/r, 47 mld zł).

Aktywa finansowe gospodarstw domowych (stany, w mld zł)

Depozyty	1111
Inwestycje	702
Gotówka	348
Ubezpieczenia i OFE	317
Pozostałe	327
Razem	2 805

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych NBP

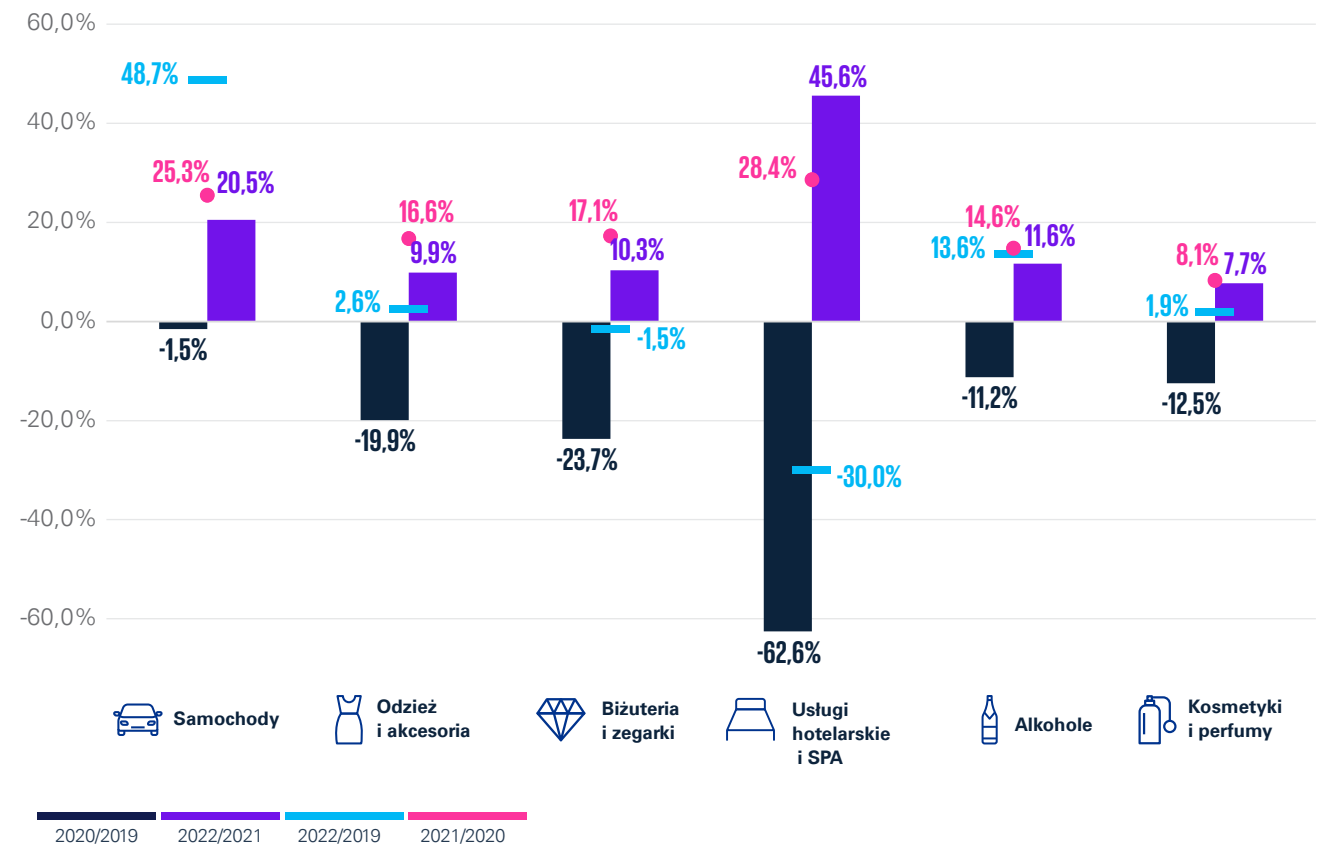
Rynek dóbr luksusowych w Polsce





W niniejszym raporcie do kategorii dóbr luksusowych zalicza się przede wszystkim dobra konsumpcyjne (luksusową odzież i akcesoria, biżuterię i zegarki, kosmetyki i perfumy oraz alkohole), samochody marek premium i luksusowych, luksusowe nieruchomości oraz usługi hotelarskie i SPA.

Zmiana wartości wybranych segmentów rynku dóbr luksusowych



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International i PZPM

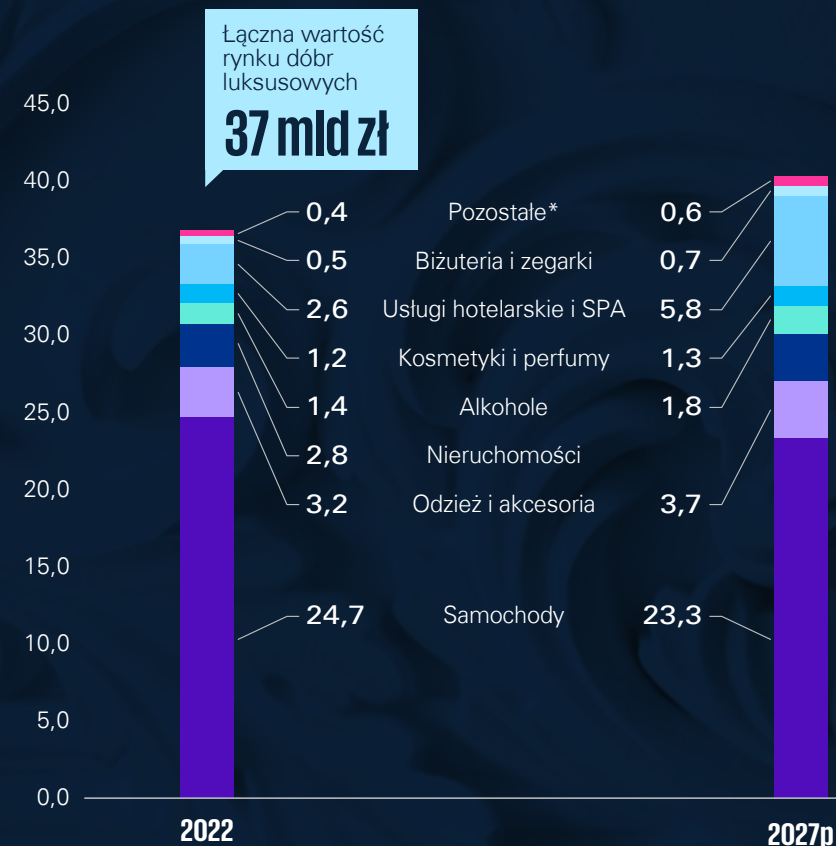
Mimo ostrożnych prognoz okazuje się, że wartość rynku dóbr luksusowych w większości kategorii przekroczyła już poziom sprzed pandemii. Nie widać też wyraźnego wpływu toczącej się od ponad roku wojny w Ukrainie na zachowanie konsumentów. Całkowita wartość rynku dóbr luksusowych w Polsce wzrosła w 2022 roku o 18,9% r/r i osiągnęła wartość 37 mld zł (w porównaniu do 31,1 mld zł* w 2021 roku). Mało zaskakującym jest fakt, że po raz kolejny największą część rynku tworzyli producenci samochodów premium i luksusowych. Wartość tego segmentu wyniosła 24,7 mld zł i wzrosła o 20,5% r/r. Jedyną kategorią, która pozostaje wyraźnie poniżej poziomu z 2019 roku są hotele i SPA, które z powodu lockdownu i ograniczeń w przemieszczaniu się zostały najmocniej dotknięte przez pandemię. Mimo największego spośród wszystkich segmentów wzrostu wartości rynku (45,6% r/r), rynek luksusowych obiektów

hotelowych w 2022 r. osiągnął dopiero blisko 70% wartości sprzed kryzysu wywołanego przez COVID-19.

Przyglądając się prognozom warto zwrócić uwagę na to, że szacunki na rok 2027 są zróżnicowane w zależności od segmentu. W większości przypadków utrzymana zostanie dynamika wzrostowa, jednak będzie ona stosunkowo niewielka i wartość rynków średniorocznie będzie rosła o kilka procent. Wyraźnie odbuduje się kategoria hoteli i obiektów SPA, które w ciągu najbliższych pięciu lat powinny osiągnąć wartość ponad dwukrotnie wyższą niż obecna. Wyjątkiem będzie rynek samochodów premium i luksusowych. W tej kategorii prognozowane jest pogorszenie wyników sprzedaży, a pierwsze spadki będą możliwe do zauważenia prawdopodobnie w ramach analizy danych do kolejnej edycji raportu.

* Różnica w wartości w porównaniu z rokiem poprzednim jest spowodowana rewizją danych dotyczących hoteli i SPA, wynikającą ze zmian zachodzących w kategoryzacji hoteli i sposobie liczenia danych w bazie Euromonitor International.

Wartość i struktura rynku dóbr luksusowych (mld zł, p-prognoza)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International, PZPM i Cenatorium

* W skład kategorii wchodzi: elektronika przenośna, art. piśmiennicze oraz galanteria skórzana.

Samochody



Szacowana wartość rynku samochodów premium i luksusowych w 2022 r.

24,7 mld zł

Liczba rejestracji nowych samochodów marek premium w 2022 r.

95,7 tys. szt.

Liczba rejestracji nowych samochodów marek luksusowych w 2022 r.

329 szt.

Maserati, podobnie jak w poprzednim roku, odnotowało najwyższą sprzedaż spośród marek luksusowych notując wzrost sprzedaży o

20,5% r/r

Na rynku samochodów z segmentu premium i luksusowych zauważyć można duży wzrost sprzedaży zarówno wolumenowo (5,1%), jak i wartościowo (20,5%) w porównaniu z zeszłym rokiem. Udział samochodów kategorii premium zwiększył się do 99,65% a luksusowych zmalał do 0,35% w 2022 roku.

O ponad 95,7 tys. sztuk powiększyła się liczba samochodów kategorii premium. W skali roku jest to wzrost o 5,1%. Samochody luksusowe które stanowią tylko 0,35% rynku wolumenowo i 1,4% wartościowo również odnotowały wzrost o 329 sztuk, czyli prawie o 1/3 (28,5%) w porównaniu z rokiem 2021.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych PZPM i Euromonitor International



Rynek samochodów luksusowych w Polsce ma się bardzo dobrze, pomimo tego, że w ostatnim czasie branżę motoryzacyjną dotknęły różne problemy, takie jak zakłócenia łańcuchów dostaw czy niedobory półprzewodników oraz inne konsekwencje wojny w Ukrainie i trudnej sytuacji gospodarczej. W 2022 roku zarejestrowano 96,1 tys. samochodów klasy premium. To wzrost o ponad 5% w stosunku do roku poprzedniego. Samych pojazdów luksusowych w 2022 roku zarejestrowano 329 sztuk.

Mimo, że liczba rejestracji może nie robić wrażenia, wartość tego rynku włączając marki premium wyniosła 24,7 mld złotych. Znaczące jest to, że ponad połowa tych samochodów była wyposażona w napędy alternatywne, co stanowi istotnie wyższy wskaźnik w porównaniu do pozostałych segmentów sprzedaży. Można więc powiedzieć, że miarą prestiżu staje się nie tylko sama marka pojazdu, ale również podążanie za trendami niskoemisyjnej gospodarki. Specyfiką polskiego rynku jest również to, że za ponad 80% sprzedaży odpowiadają nabywcy instytucjonalni. Prognozy na najbliższe 5 lat nie są jednak tak optymistyczne i wynika z nich, że wartość sprzedaży na rynku samochodów premium i luksusowych będzie odnotowywać nieznaczny spadek.

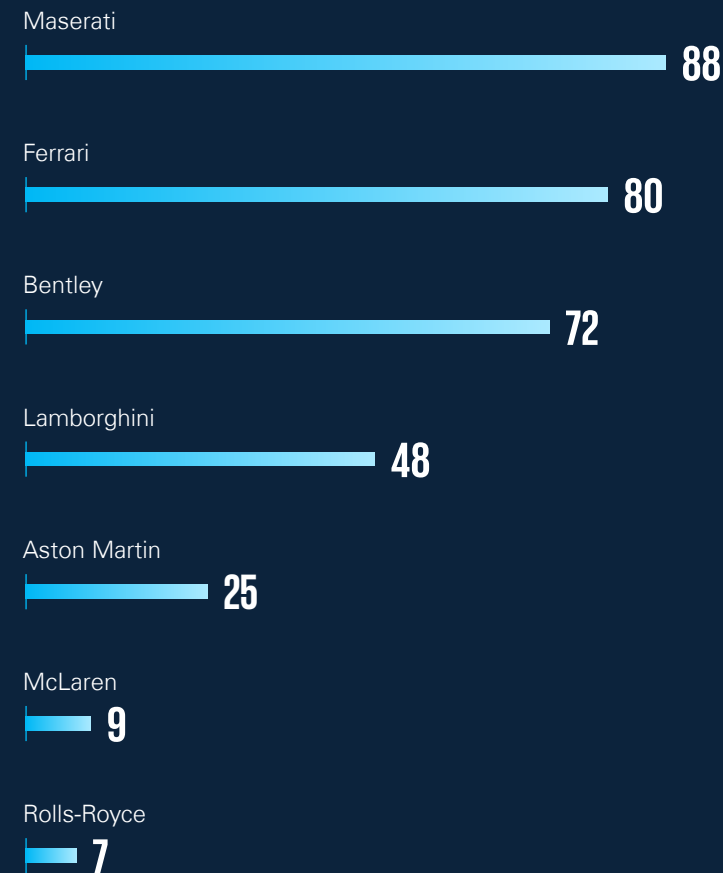
Mirosław Michna

Partner, Doradztwo Podatkowe, Lider doradców dla branży motoryzacyjnej, KPMG w Polsce

Po raz kolejny w najdroższym segmencie samochodów luksusowych Maseratii uplasowało się na pierwszym miejscu, sprzedając 88 pojazdów. Zaraz za nim na drugim miejscu znalazło się Ferrari (80 sztuk) przeskakując z trzeciego miejsca w zeszłym roku. Brązowy medal i spadek o jedno miejsce, przypadł

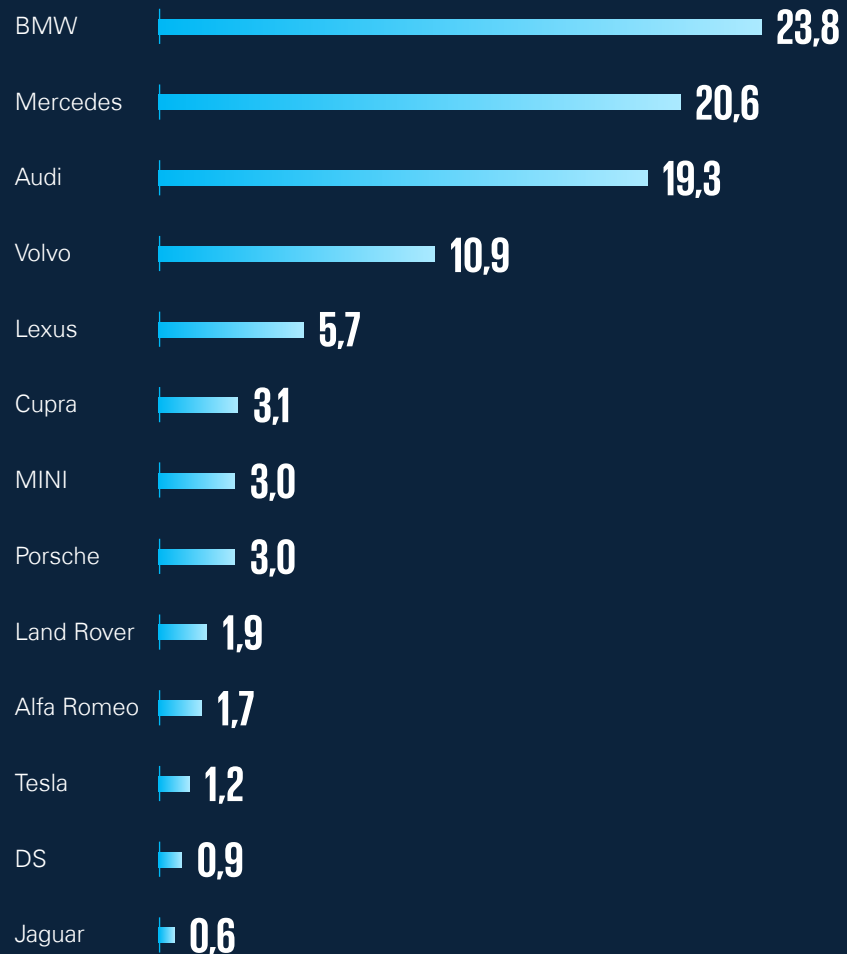
marce Bentley, z 72 sprzedanymi samochodami. Warto zauważyć, że dynamika sprzedaży samochodów marki Aston Martin wzrosła aż o 400% z 5 sztuk sprzedanych w 2021 roku do 25 sztuk w 2022. Najniższa sprzedaż w segmencie przypadła zaś markom Rolls-Royce (7 sztuk) oraz McLaren (9 sztuk).

Rejestracje nowych samochodów wybranych marek luksusowych w 2022 r. (szt.)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych PZPM

Rejestracje nowych samochodów wybranych marek premium w 2022 r. (tys. szt.)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych PZPM

Prognozy na najbliższe 5 lat nie są jednak tak optymistyczne i wynika z nich, że wartość sprzedaży na rynku samochodów premium i luksusowych będzie odnotowywać spadek na poziomie -1,2% r/r.

W segmencie premium podium od lat niezmiennie należy do trzech marek – BMW (23,8 tys. sprzedanych sztuk), Mercedesa (20,6 tys.) oraz Audi (19,3 tys.). Razem odpowiadają one za 66% sprzedanych pojazdów tego segmentu.

Wśród pozostałych marek warto zwrócić uwagę na DS i Cuprę, które choć wolumenowo nie dominowały w swojej kategorii, to odznaczały się

dużą dynamiką wzrostu sprzedaży (145% i 98% odpowiednio). DS Automobiles to francuska marka premium koncernu Stellantis. Dzięki udziałowi w wyścigach Formuły E marka DS stworzyła technologię, którą wykorzystuje w seryjnych samochodach elektrycznych i hybrydowych. Początkowo pełniła rolę submarki dla Citroena, wypuszczając na rynek luksusowe wersje jego samochodów. Od 2015 roku jest samodzielną marką. Cupra, marka należąca do SEAT-a, która w przez ostatni rok awansowała z 10 pozycji na 6, poza sportowymi samochodami proponuje również innowacje technologiczne, jakim są np. wirtualne wyścigi w rzeczywistym aucie.

Odzież i akcesoria



Największy wzrost sprzedaży w 2022 r. odnotowano w segmencie obuwia

11,5% r/r

Szacowana wartość rynku luksusowej odzieży i akcesoriów w Polsce w 2022 r.

3,2 mld zł

Przewidywany średnioroczny wzrost wartości sprzedaży luksusowej odzieży i akcesoriów w Polsce w latach 2022-2027

3%

Relatywnie niski wzrost sprzedaży luksusowej odzieży i akcesoriów odnotowano na największym w Europie rynku francuskim

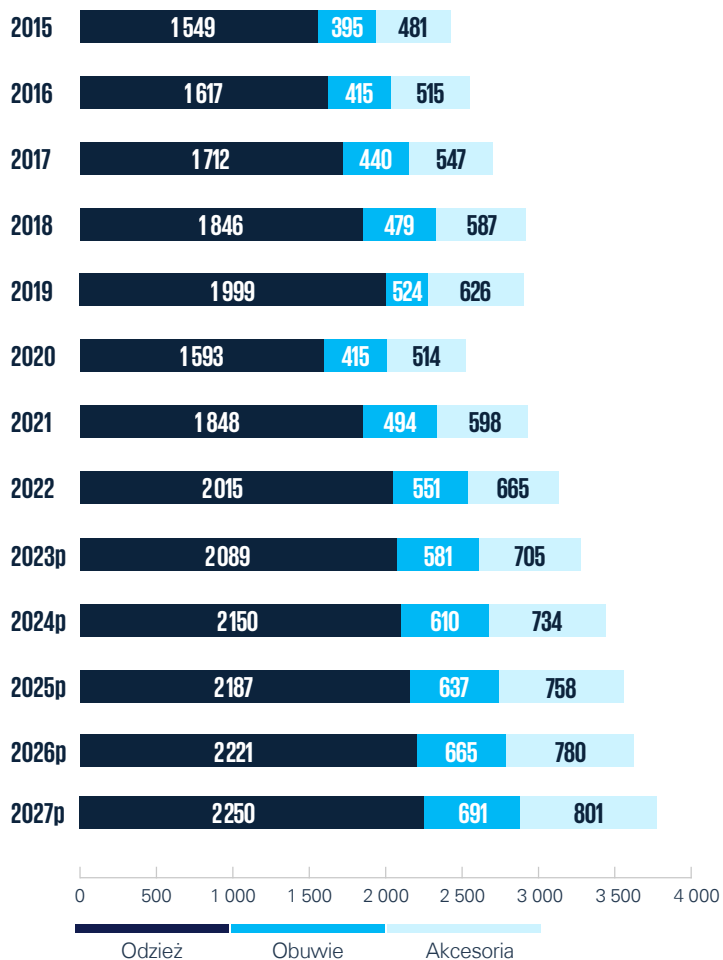
5,8% r/r

W Polsce rynek odzieży i akcesoriów w 2022 roku powiększył się o 290 mln zł, czyli 9,9% r/r. Wartość rynku na poziomie 3,2 mld zł jest wyższa niż rekordowe 3,1 mld zł w 2019 r. Przekroczenie wartości sprzedaży sprzed pandemii dokonało się o rok wcześniej niż zakładano w prognozach. Przez kolejne pięć lat tempo rozwoju nieco zwolni, by w 2027 roku osiągnąć wartość 3,7 mld zł.

Rynek odzieży, obuwia i akcesoriów rozwijał się bardzo dynamicznie do momentu nastania spowolnienia wywołanego pandemią. Wzrost wartości tego rynku wynosił średnio 6,4% w skali roku. W chwili obecnej powrót do takiej dynamiki będzie trudny. Prognozuje się, że przez kolejne 5 lat rynek odzieży i akcesoriów luksusowych średniorocznie będzie się powiększał o około 3,0%.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

Rynek luksusowej odzieży i akcesoriów w latach 2015-2027 (mln zł, p-prognoza)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

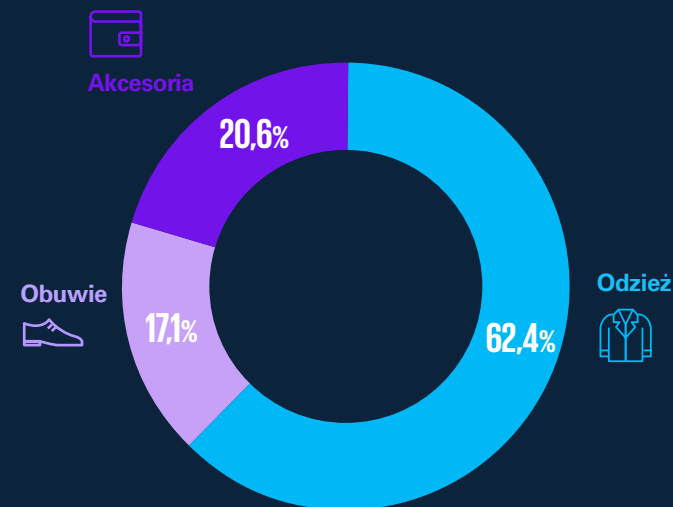
Za największą część zakupów spośród kategorii wchodzących w skład rynku luksusowej odzieży i akcesoriów odpowiadają ubrania (2 mld zł, 62,4%). Ich udział wprawdzie będzie malał na rzecz pozostałych (obuwia i akcesoriów), co można już zauważyć na przestrzeni ostatniego roku, jednakże przez kolejne pięć lat kategoria ta nadal będzie rosnąć.

Wartość rynku luksusowego obuwia będzie się powiększać w tempie średnio 4,6% r/r w ciągu najbliższych lat i w 2027 roku powinna odpowiadać już za ponad 18,5% wartości rynku (vs. 17,1% obecnie). Jest to zdecydowanie wyższe tempo wzrostu niż dla całego rynku odzieży i akcesoriów. Sprzedaż w tym segmencie w 2022 roku wzrosła o 11,5% do 551 mln zł.

Mniejszy, ale nadal wysoki poziom wzrostu przewiduje się również w kategorii luksusowych akcesoriów, jak np. torebki, portfele czy okulary przeciwsłoneczne. Przez kolejne pięć lat może to być wzrost o 3,8% każdego roku. Do roku 2027 przewiduje się, że udział tej kategorii w rynku zwiększy się do 21,4% (z 20,6% obecnie).



Udział poszczególnych kategorii w rynku luksusowej odzieży i akcesoriów w 2022 r.

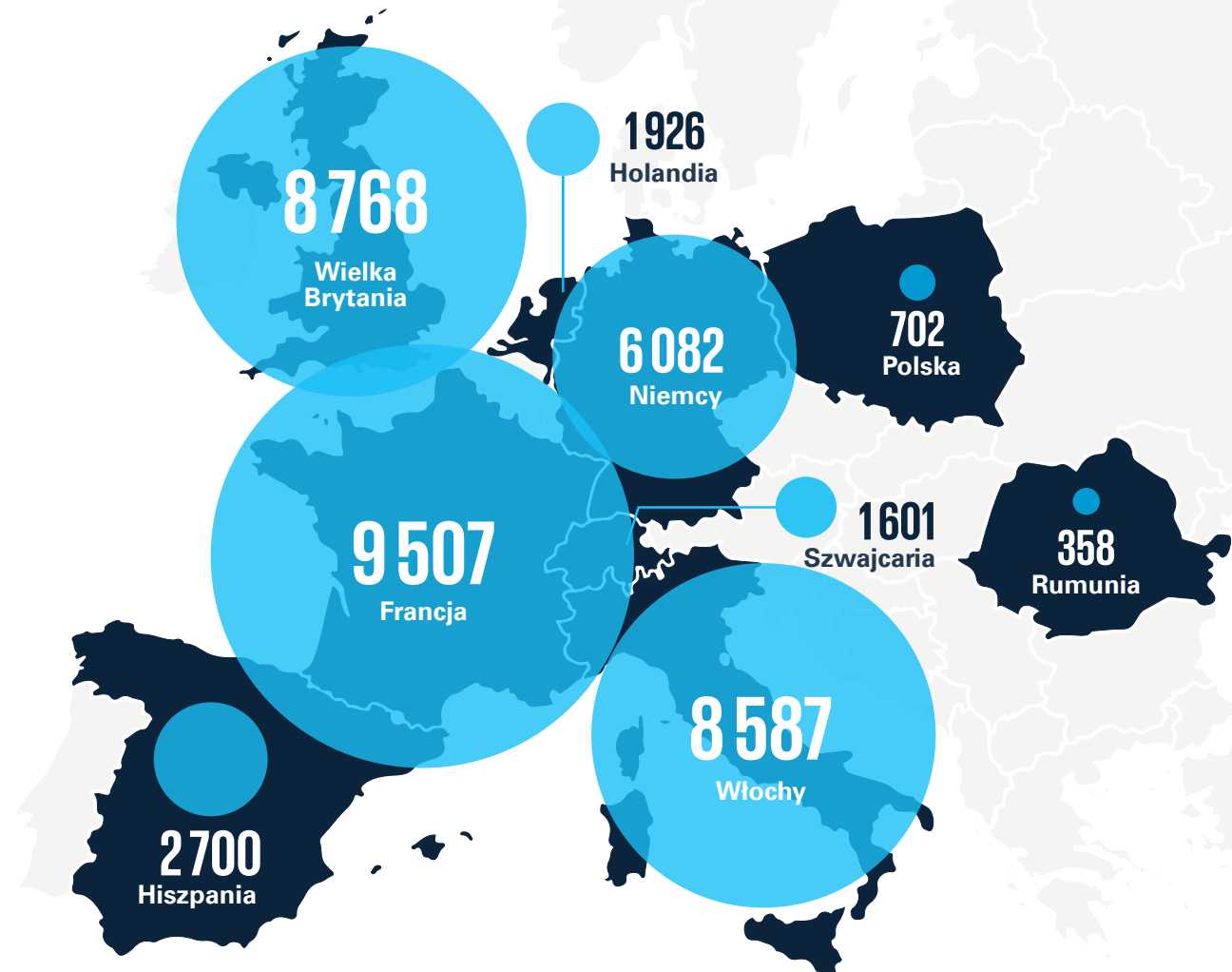


Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

Na rynku luksusowej odzieży i akcesoriów niezmiennie przoduje Francja, jednakże wzrost kategorii w 2022 roku był stosunkowo niewielki (5,8%). Czwarty co do wielkości rynek europejski – niemiecki odnotował największy wzrost sprzedaży – na poziomie 10%. Prognozuje się, że w omawianym segmencie, do 2025 roku Chiny staną się największym rynkiem zbytu. Po trzyletnim okresie przestoju i strat wywołanych ograniczeniami związanymi z COVID_19 oraz przedłużającym się lockdownem kraj ten w końcu wraca na mapę rynku dóbr luksusowych.

W sektorze modowym zauważalnym ostatnio może być trend “high-low”. Polega on na współpracy marek luksusowych z markami popularnymi lub sportowymi (np. Gucci i Adidas, Balenciaga i Yeezy GAP, Dior i Birkenstock). To co z pozoru może wydawać się nietypowym połączeniem, okazuje się ciekawą i intratną współpracą, przyciągającą inną, nową grupę klientów.

Wartość rynku luksusowej odzieży i akcesoriów w wybranych krajach (wartość łączna, mln euro, 2022 r.)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

Segment odzieży i akcesoriów, podobnie jak reszta rynku dóbr luksusowych, doświadczył w 2022 roku dalszego wzrostu, przekraczając poziom sprzedaży sprzed pandemii COVID-19. Różnica w wielkości tego rynku w Polsce w stosunku do największych krajów Zachodniej Europy jest nadal ogromna – tak więc przestrzeń do dalszej ekspansji tego sektora w naszym kraju jest bardzo duża.

Coraz ważniejszym kanałem sprzedaży w tym segmencie staje się w ostatnich latach Internet. Pandemia przyspieszyła rozwój e-commerce, co ma niebagatelny wpływ na ekonomikę działalności handlowej w całym sektorze dóbr konsumpcyjnych. W przypadku artykułów premium, szczególnie istotne znaczenie ma tzw. doświadczenie klienta (customer experience). Dostosowanie modelu biznesu do potrzeb kanału online, który jednocześnie pozwoli spełnić wysokie wymagania nabywcy odzieży i akcesoriów luksusowych, będzie kluczem do sukcesu w najbliższych latach.

Piotr Grauer

Partner Associate, Deal Advisory, Zespół Fuzji i Przejęć,
Lider doradztwa dla sektora dóbr konsumpcyjnych w KPMG w Polsce



Nieruchomości



Rynek luksusowych nieruchomości rozwija się odwrotnie proporcjonalnie do kryzysu gospodarczego i nawet wysokie ceny nie zniechęcają nabywców. W ostatnim roku popyt przewyższał podaż i nic nie wskazuje na to, żeby w nadchodzącym czasie miało się to zmienić. Zaobserwować można trend „off-market” polegający na sprzedaży wewnętrznym klientom agencji bez publikacji oferty, co przyspiesza zawieranie umów kupna-sprzedaży.

Rynek nieruchomości premium jest relatywnie mały i trudny do określenia. Kilka lat temu nieruchomości warte milion złotych zaliczano już do tego segmentu, a dzisiaj stanowią one segment popularny. Ważna przy próbach określenia kategorii premium jest lokalizacja i udogodnienia oraz funkcje, które są dostępne wyłącznie dla mieszkańców zamkniętych osiedli.

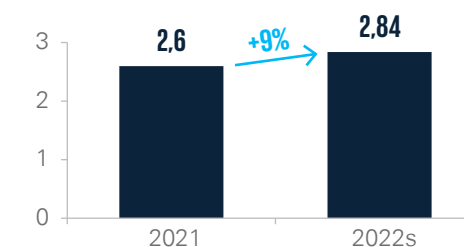
Polacy coraz chętniej inwestują również w nieruchomości za granicą, a wojna w Ukrainie tylko przyspieszyła decyzje o lokowaniu zasobów w bezpieczniejszej walucie niż złoty. Najczęściej wybierane przez Polaków zagraniczne kierunki inwestycji w nieruchomości to Hiszpania i Portugalia, gdzie ceny są zbliżone do krajowych.

Szacowany wzrost wartości rynku nieruchomości premium w Polsce w 2022 r.

9,0%

Źródło: Baza cen transakcyjnych Cenatorium

Wartość rynku nieruchomości mieszkalnych premium i luksusowych w Polsce (mld zł, s-szacunek)*



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych bazy cen transakcyjnych Cenatorium

*Dane dotyczą lokali w największych miastach w Polsce z wyłączeniem domów jednorodzinnych i tzw. bliźniaków.

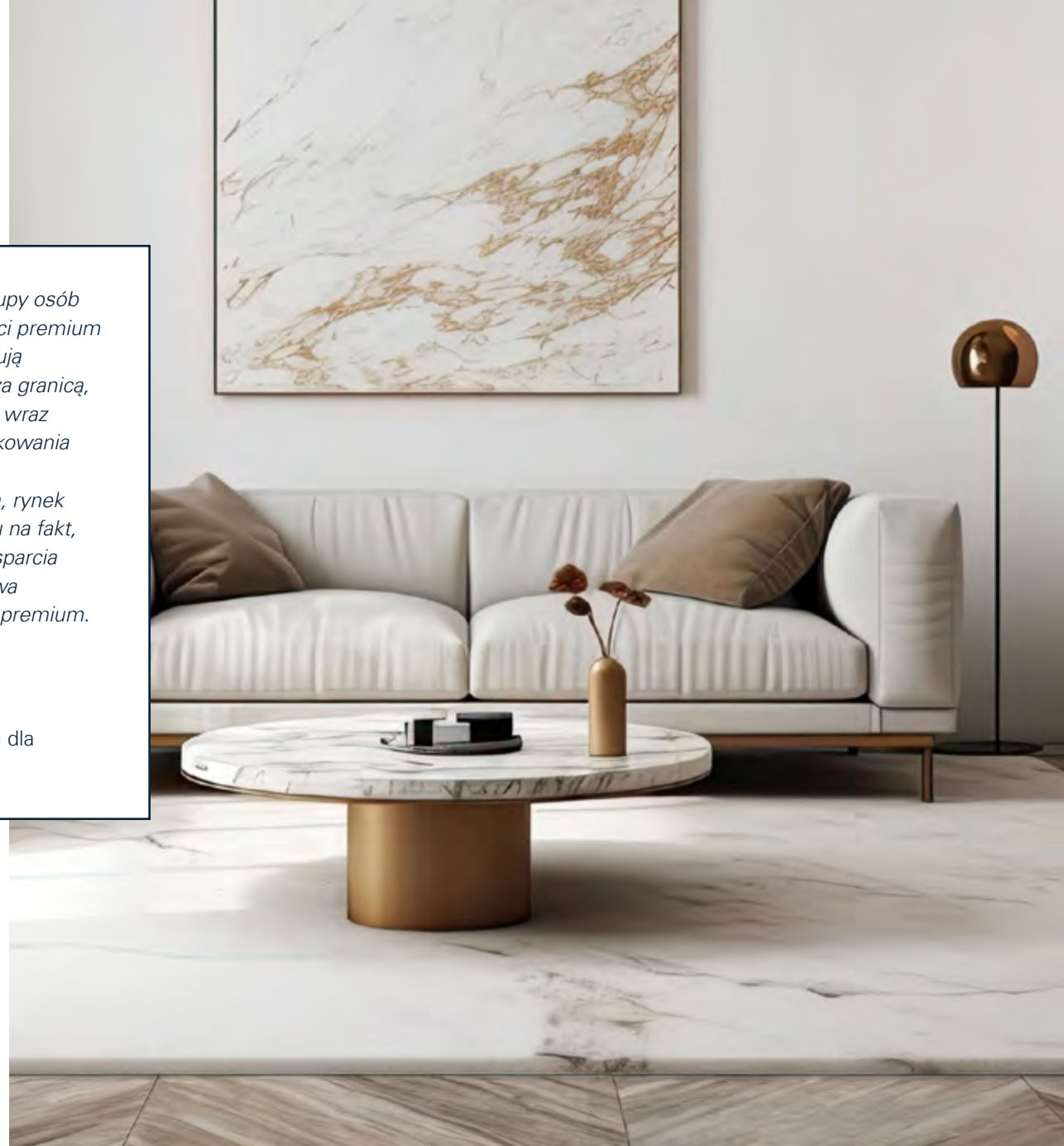
(*) Szacunek ze względu na opóźnienia w splywie danych z rejestrów cen. ↑



Raport wskazuje, że w czasie pandemii najbardziej powiększyły się grupy osób bogatych i bardzo bogatych. Stąd wzrost wartości rynku nieruchomości premium o 9% rok do roku nie jest zaskoczeniem. Polacy coraz chętniej inwestują w nieruchomości, co widać też we wspomnianym trendzie zakupów za granicą, w szczególności w Hiszpanii oraz Portugalii. Można spodziewać się, iż wraz ze zmianą stylu życia, możliwością pracy zdalnej czy chęcią dywersyfikowania portfela inwestycyjnego, wolumen zakupów nieruchomości za granicą będzie również rosnąć. Wraz ze wzrostem zamożności społeczeństwa, rynek nieruchomości premium będzie się nadal rozwijał, również ze względu na fakt, iż dla niektórych może to być element inwestycji, bez konieczności wsparcia kredytem bankowym. Pod względem lokalizacji, z pewnością Warszawa najpewniej pozostanie dominującą lokalizacją na rynku nieruchomości premium.

Katarzyna Nosal

Partner, Doradztwo Podatkowe, Zespół Fuzji i Przejęć, Lider doradztwa dla sektora budownictwa i nieruchomości, KPMG w Polsce



Rekordowe transakcje na rynku luksusowych nieruchomości w 2022 roku w Polsce to apartament w Warszawie sprzedany za 23 mln zł (480 m², wieża Żłota 44) i transakcja o wartości ponad 15 mln zł za apartament w Krakowie (665 m², Kotletok 12). Najwyższą cenę w zeszłym roku za m² osiągnął apartament w Warszawie (Twarda 4) – 68 274 zł. Na 22 najwyższe transakcje, aż 16 przypada w stolicy, będącej niezmiennie kluczową lokalizacją zamożnych i bogatych Polaków. Jednakże niezależnie od metropolii, udział nieruchomości luksusowych w całym rynku mieszkaniowym jest bardzo niewielki, na poziomie kilku procent.

Ceny nieruchomości premium w Polsce są wciąż niskie, gdy zestawimy je z cenami luksusowych mieszkań i apartamentów w stolicach europejskich, w których by przekroczyć próg mieszkania kategorii premium, trzeba zapłacić minimum milion euro.

Firma Cenatorium szacuje, że wartość segmentu apartamentów premium i luksusowych osiągnęła w 2022 roku poziom 2,84 mld zł (+9,0% r/r), jednak wzrost ten jest o połowę mniej dynamiczny niż w ubiegłym roku.

Stopa referencyjna NBP w latach 2012-2022 (%)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych NBP

Od października 2021 roku Rada Polityki Pieniężnej stopniowo podnosi stopy procentowe, jednakże w przypadku segmentu nieruchomości luksusowych ich wysokość nie wpływa znacząco na decyzję o ich zakupie. Większość inwestorów w tej grupie nie korzysta z kredytów, a zakup nieruchomości traktuje jako inwestycję przechowującą wartość nabywczą środków finansowych lub pozwalającą je pomnażać.

Prognozy dla tego segmentu są raczej optymistyczne, za czym przemawiają lokalizacja, relatywnie niskie ceny w porównaniu z resztą Europy oraz stabilna sytuacja geopolityczna. Popyt na tym rynku wprawdzie nieco osłabł w porównaniu z ubiegłym rokiem, jednak jest to raczej stabilizacja cen niż ich spadek.

Największa wartościowo transakcja na rynku luksusowych apartamentów mieszkalnych w Polsce w 2022 r.

ul. Złota 44,
Warszawa **22,9 mln zł** za 480 m²

47,6 tys. zł za m²

Źródło: Baza cen transakcyjnych Cenatorium





Luksus lubi kryzys?

Za nami kolejny ciekawy rok na rynku nieruchomości. Po wstrząsach związanych z bezprecedensowymi zjawiskami w czasie pandemii, wojny za naszą wschodnią granicą oraz nienotowanej od lat wysokiej inflacji, rynek wydaje się dostrzegać przysłowiowe światelko w tunelu. Nie obyło się co prawda bez dekompresji stóp zwrotu w segmencie nieruchomości komercyjnych oraz drastycznego zdławienia akcji kredytowej w segmencie mieszkaniowym przez wysokie stopy procentowe, jednak do katastrofy nie doszło.

Obronną ręką ze wspomnianych zawirowań wyszedł zwłaszcza segment nieruchomości luksusowych, a wręcz, paradoksalnie, wydaje się, że został przez nie wzmocniony. Co prawda dynamika wzrostu wartości rynku nieruchomości luksusowych spadła w 2022 roku o połowę i urósł on już „jedynie” o 9% w stosunku do 18% w roku 2021, jednak nie należy się w tym dopatrywać oznak kryzysu w tym segmencie. Uruchomione zostały bowiem globalne mechanizmy, które najprawdopodobniej jeszcze przez pewien czas będą wspierać luksus na rynku nieruchomości.

Globalna pandemia i związane z nią lockdown’y wzmocniły popyt na własne miejsca do odpoczynku i rekreacji. W segmencie popularnym, Polacy ruszyli więc na zakupy działek rekreacyjnych. W segmencie luksusowym natomiast były to wille i apartamenty z dużymi tarasami lub po prostu drugi dom czy mieszkanie w lokalizacjach turystycznych. Nie powstrzymały tego wysokie stopy procentowe, ponieważ zakupy w segmencie luksusowym zwykle dokonywane są za gotówkę. Co więcej, inflacja, która do wysokich stóp procentowych doprowadziła, raczej tylko przyspieszała chęć konwersji gotówki na nieruchomości luksusowe. Dlatego też rynek odnotował kolejny rekord cenowy przy kwocie blisko 23 mln PLN za apartament w Warszawie oraz przynajmniej kilka innych transakcji przy cenach na poziomie kilkunastu milionów złotych. Rekordy padały tradycyjnie w Warszawie (np. ponad 68 tys. PLN za metr kwadratowy), największych miastach regionalnych oraz kurortach nadmorskich.

Skąd zatem wspomniany spadek dynamiki wzrostu segmentu rynku nieruchomości luksusowych? Odpowiedź jest zapewne najprostsza z możliwych. Dostępność odpowiedniego produktu na rynku oraz szybkość zawierania transakcji za gotówkę spowodowała, że popyt na nieruchomości luksusowe został już w znacznej mierze zaspokojony. Siłą rzeczy grono entuzjastów inwestowania w luksus na rynku nieruchomości jest niewielkie i musi takie pozostać, aby luksus nie spowszedniał i nie stracił swojego powabu.

Stara zasada rynku mówi, że dla atrakcyjności nieruchomości najważniejsze są: lokalizacja, lokalizacja oraz... lokalizacja. Choć nie przestaje to być prawdą w przypadku nieruchomości luksusowych wyraźnie widać, że co najmniej tak samo ważny jest dziś design i jakość, zarówno materiałów, jak i wykończenia. Czy jednak byłibyśmy skłonni nazwać luksusową nawet najpiękniejszą willę, gdyby była opalana węglem? Zapewne nie. Nawet gaz ziemny coraz mniej osób uważa za rozwiązanie ekologiczne. Dlatego cechami nieruchomości luksusowych w najbliższych latach będą: lokalizacja, design i... ESG.

Paradoksalnie jednak dłuższe utrzymywanie się wysokich stóp procentowych na rynku kredytów hipotecznych w segmencie popularnym może w końcu odbić się echem także w segmencie luksusowym. Długotrwały brak możliwości zakupu mieszkania czy domu prowadzić będzie do rozwoju oferty mieszkań na wynajem i przyspieszonego rozwoju segmentu najmu instytucjonalnego (ang. Private Rented Sector, PRS). Przy dużym nasileniu tego zjawiska samo bycie właścicielem jakiegokolwiek nieruchomości może stać się swego rodzaju luksusem. Z pewnością zatem czeka nas kolejny ciekawy rok w nieruchomościach.

Marcin Malmon

REV MRICS, Associate Director, Deal Advisory,
Real Estate Advisory and Valuation Team, KPMG w Polsce

Usługi hotelarskie i SPA



Szacowana wartość rynku ekskluzywnych usług hotelarskich i SPA w 2022 r.

2,6 mld zł*

Udział pokoi w hotelach pięciogwiazdkowych we wszystkich oferowanych pokojach hotelowych w 2022 r.

7,8%

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS

o 11,9%

...będzie rósł średniorocznie rynek ekskluzywnych usług hotelarskich i SPA do 2027 roku

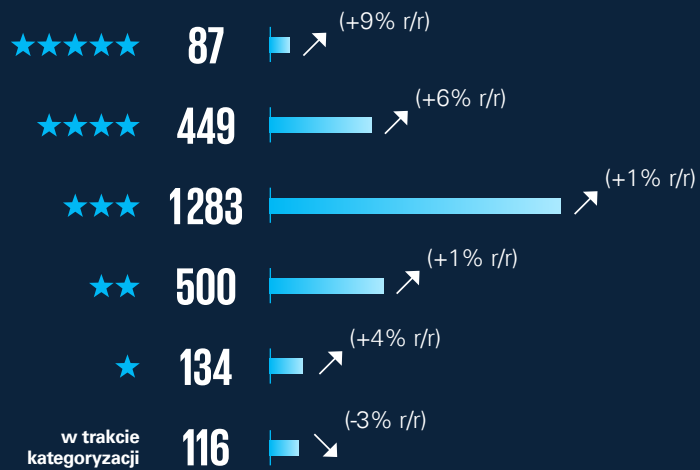
Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

*Znaczny wzrost w porównaniu z rokiem poprzednim jest spowodowany zmianami zachodzącymi w kategoryzacji hoteli i sposobie liczenia danych w bazie Euromonitor International.

Ze wszystkich analizowanych kategorii to właśnie rynek hotelarski, z oczywistych względów, został najbardziej poszkodowany przez pandemię. Do odrobienia ponad 60% spadku z 2020 roku jeszcze trochę brakuje, ale wzrost wartości rynku po kryzysie, odnotowany w 2022 r., może napawać optymizmem – wartość ta osiągnęła poziom 2,6 mld zł, co jest wynikiem lepszym o 45,6% r/r. Dzięki prognozowanemu dalszemu wzrostowi rynek hoteli luksusowych i premium powinien osiągnąć wartość wyższą niż przed pandemią już w roku 2024.

Ubiegły rok przyniósł też zwiększenie liczby hoteli w każdej z dostępnych kategorii (od jednogwiazdkowych do pięciogwiazdkowych). Ogólna liczba hoteli w Polsce zwiększyła się o 48 obiektów, co dało wzrost 1,9% r/r. Najwyższa dynamika wzrostu została odnotowana właśnie wśród miejsc zaliczanych do luksusowych i premium. Hoteli pięciogwiazdkowych było w Polsce 87, co oznacza, że w 2022 r. przybyło ich 7 (9% r/r) i że stanowią 3,4% wszystkich obiektów hotelowych. Miejsc, które mogą pochwalić się czterema gwiazdkami było 449. W 2022 r. otwarto 25 takich hoteli, co rok do roku dało wzrost o 6%, a obiekty czterogwiazdkowe stanowią teraz 17,5% rynku.

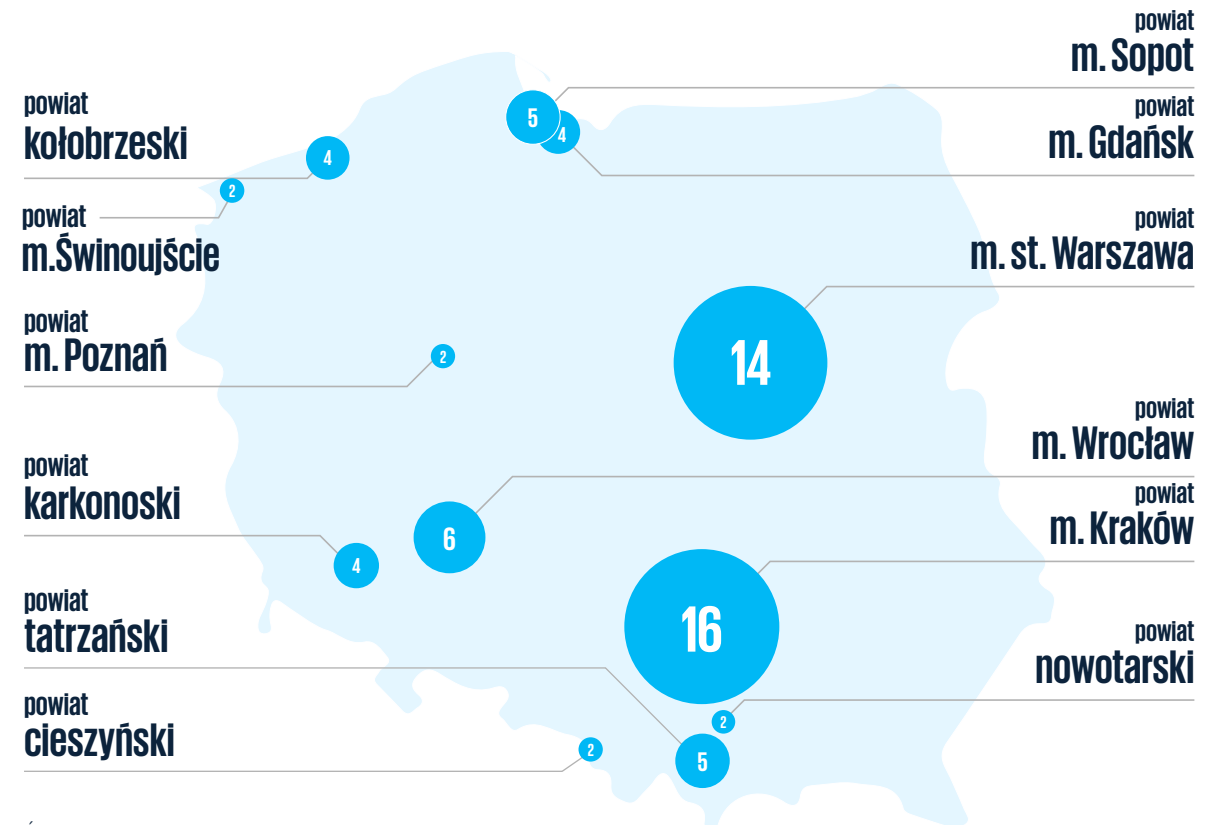
Liczba hoteli w Polsce w 2022 r.*



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS

*Stan na koniec lipca 2022 r.

Powiaty o największej liczbie hoteli pięciogwiazdkowych w 2022 r.



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS

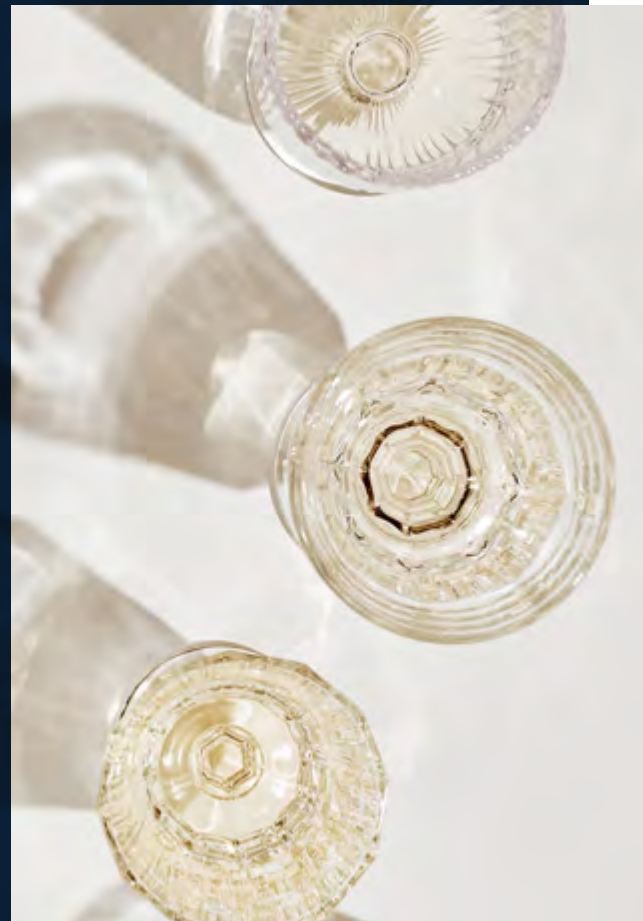
*Stan na koniec lipca 2022 r.

Paradoksalnie, w zeszłym roku czynnikiem, który przyczynił się do zapelnienia hoteli w dużych miastach w Polsce, zwłaszcza pierwsze pół roku, była wojna w Ukrainie. Rzeszów dołączył do grona najważniejszych miast pod względem hoteli, ze względu na odległość od ukraińskiej granicy.

Po kilku latach utrzymywania się na drugim miejscu podium, tuż za powiatem miasta Warszawy, w 2022 r. powiat miasta Krakowa powrócił na prowadzenie pod względem największej liczby hoteli pięciogwiazdkowych. W ubiegłym roku w Krakowie turyści mogli wybierać spośród 16 takich obiektów, co oznacza,

że w porównaniu z rokiem poprzednim otwarto trzy nowe hotele w tej kategorii. Z mapy Warszawy jeden taki hotel natomiast zniknął i w 2022 r. było ich 14.

Alkohole



Szacowana wartość rynku luksusowych alkoholi w 2022 r.

1,4 mld zł

Szacowany wzrost wartości rynku luksusowych alkoholi w 2022 r.

11,6% r/r

Prognozowany średnioroczny wzrost wartości sprzedaży luksusowych alkoholi w latach 2022-2027

3,3% r/r

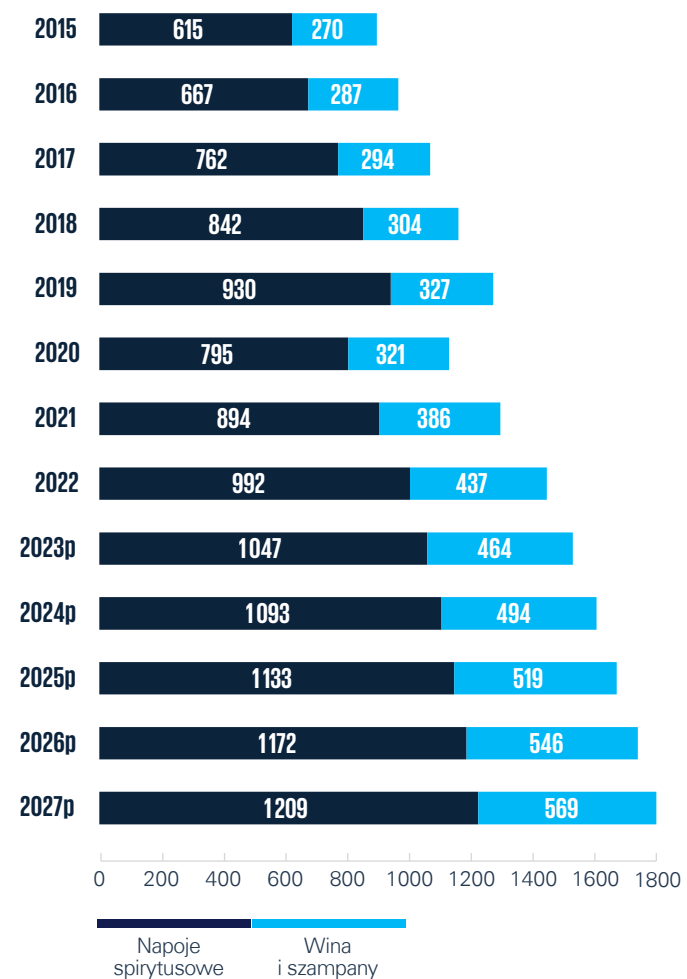
Najbardziej pozytywną dynamikę w 2022 r. odnotowano w sprzedaży szampanów

16,5% r/r

Rynek luksusowych alkoholi w ubiegłym roku wrócił do swojego poziomu sprzed pandemii, a nawet nieznacznie go przekroczył. W 2022 roku został wyceniony na 1,4 mld zł (+11,6% względem poprzedniego roku). Prognozy na najbliższe pięć lat są optymistyczne, zakładające wzrost do prawie 1,8 mld złotych w 2027 roku.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

Rynek luksusowych alkoholi w latach 2015-2027 (mln zł, p-prognoza)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International



Na polskim rynku alkoholi od kilku już lat widać istotne zmiany i wyraźnie zarysowane trendy. Kategoria trunków luksusowych poszerza się nieprzerwanie od kilku lat i świetnie poradziła sobie nawet podczas zamknięcia sektora gastronomicznego w czasie pandemii. Wśród polskich konsumentów widać wyraźnie trwały trend, który może już tylko przyspieszać: premiumizacja. Coraz chętniej sięgamy po alkohole z najwyższej półki. Najnowszy trend to alkohole kraftowe. Prekursorem było piwo, ale spodziewany jest rozwój całej kategorii.

To co może być pewnym hamulcem w dynamicznym wzroście sprzedaży alkoholi premium to planowana fala podwyżek akcyzy, ogłoszona jako plan 5-letni. Pierwsza podwyżka, w wysokości 5%, miała miejsce już 2023, zaś kolejne będą ogłaszane każdego roku, aż do 2027. Pytanie jak na wciąż rosnące ceny zareagują konsumenci.

Andrzej Bernatek

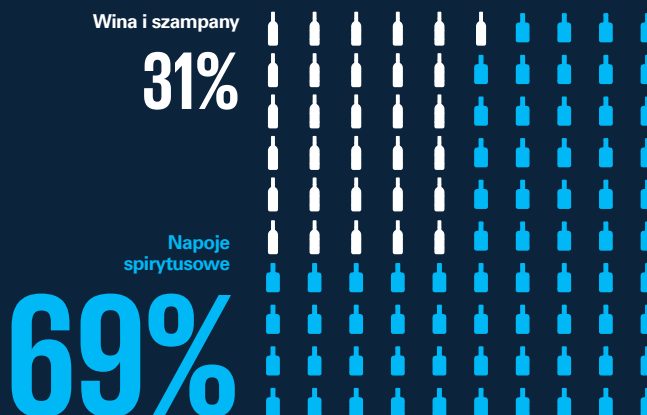
Partner, Doradztwo Podatkowe, Lider doradztwa dla firm prywatnych w KPMG w Polsce



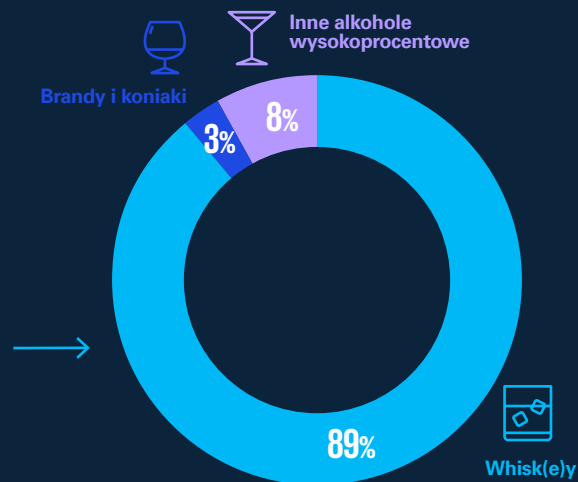
Przez wiele lat rynek luksusowych alkoholi rozwijał się bardzo intensywnie. Na przestrzeni pięciu lat do 2019 roku jego wartość urosła z 816 mln zł do 1,2 mln zł. Najszybciej rozwijał się segment napojów spirytusowych w skład, którego wchodzi głównie brandy i koniak oraz whiskey. Obecnie segment napojów spirytusowych stanowi prawie 70% rynku, jednak do 2027 roku prognozuje się jego zmniejszenie do 68% na rzecz segmentu szampanów. W dalszych latach przewidywalny jest rozwój całego rynku alkoholi luksusowych jednak już nie tak intensywny jak w ostatnich dwóch popandemicznych latach. Do 2027 r. rynek będzie rósł średnio o 3,3%.

Warto zaznaczyć, że wśród napojów spirytusowych whiskey niezmiennie plasuje się na pierwszej pozycji, utrzymując 62% udziału w rynku, ponad trzykrotnie więcej niż znajdujące się na drugiej pozycji wina luksusowe (19%).

Struktura rynku luksusowych alkoholi



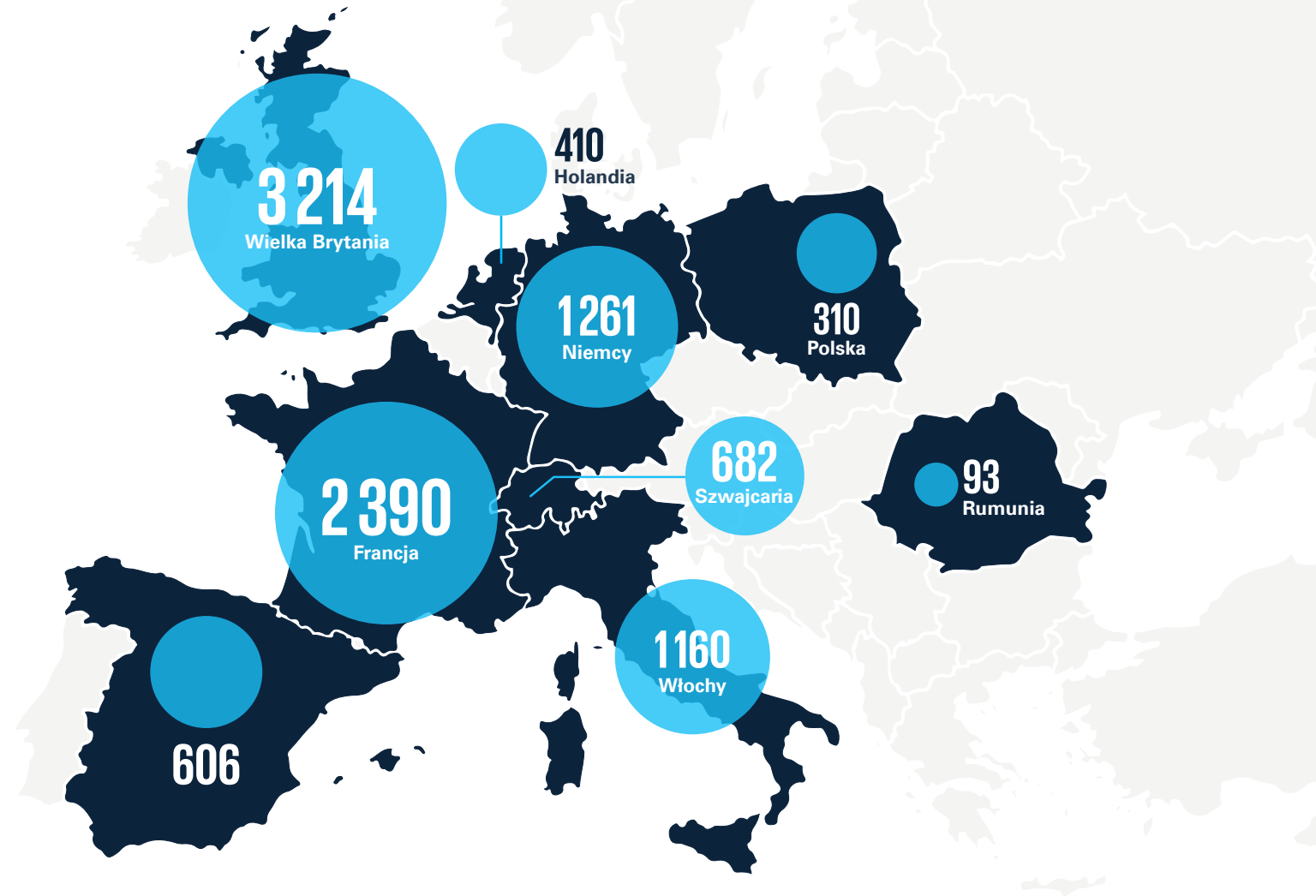
Udział produktów w segmencie napojów spirytusowych



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

W Europie liderem rynku alkoholi luksusowych pozostaje Wielka Brytania i nic nie wskazuje na to, żeby jej pozycja miała się zmienić przez kolejne 5 lat. Wartość rynku w tym kraju, utrzymała się na podobnym poziomie co rok wcześniej – 3,2 mld euro i Wielka Brytania pozostaje na pierwszym miejscu wyprzedzając takie państwa jak Francja (2,4 mld euro) czy Niemcy (1,3 mld euro). Polski rynek w stosunku do największego w Europie jest dziesięciokrotnie mniejszy.

Wartość rynku luksusowych alkoholi w wybranych krajach (wartość łączna, mln euro, 2022 r.)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International



Kosmetyki i perfumy

Szacowana wartość rynku luksusowych
kosmetyków i perfum w 2022 r.

1,2 mld zł

Prognozowany średnioroczny wzrost
wartości sprzedaży luksusowych
kosmetyków i perfum w latach 2022-2027

1,4%

Największy wzrost sprzedaży w 2022 r.
odnotowano w kategorii kosmetyków
do pielęgnacji ciała

12,5% r/r

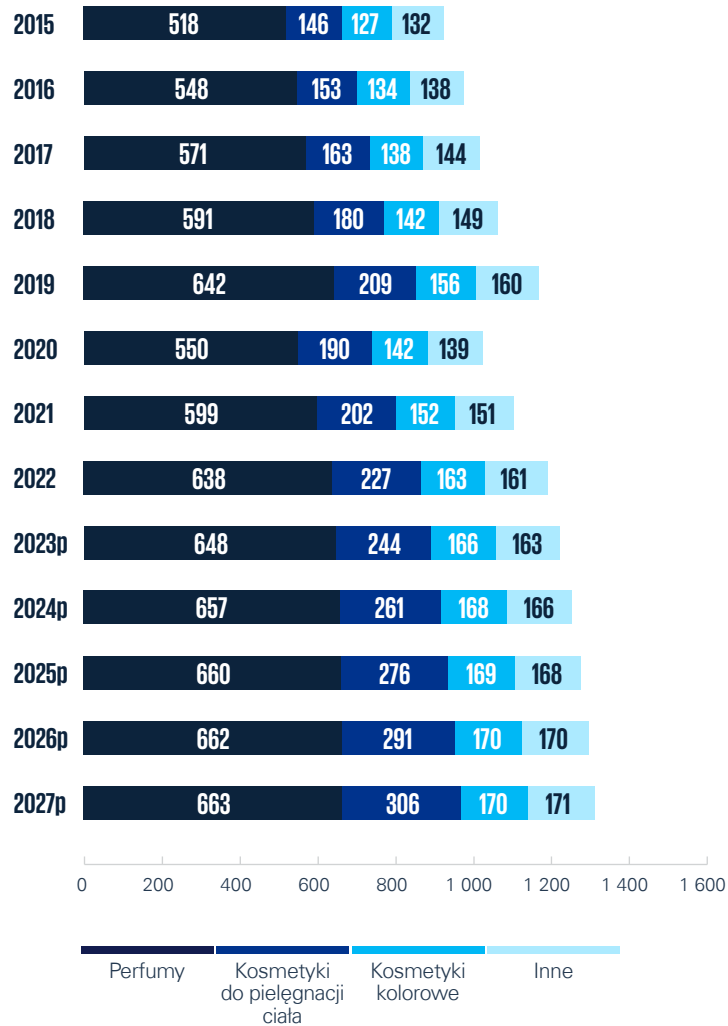
Do 23,4%

...może według prognoz wzrosnąć
udział kosmetyków do pielęgnacji
ciała na polskim rynku luksusowych
kosmetyków i perfum w 2027 r.

Kategoria luksusowych kosmetyków i perfum odnotowała w 2022 roku wzrost wartości o 7,7% względem poprzedniego roku. Jest to bardzo dobry wynik patrząc na cały segment dóbr luksusowych. Perfumy pomimo nieznacznego spadku nadal odpowiadają za ponad połowę (54%) wartości tej kategorii. Swoją pozycję poprawił natomiast segment kosmetyków do pielęgnacji ciała z 18,3% do 19,1% udziału w rynku.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

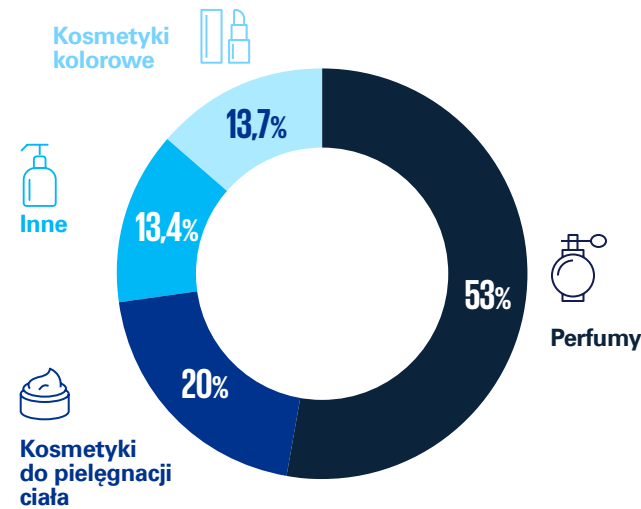
Rynek luksusowych kosmetyków w latach 2015-2027 (mln zł, p-prognoza)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

Kosmetyki luksusowe od drogeryjnych różnią się wysoką jakością składu. Dzisiejszy rynek kosmetyczny napędza innowacyjność i to dzięki niej firmy budują swoją przewagę konkurencyjną. Te z nich, które dodatkowo dysponują własnymi placówkami R&D mają większe szanse spełnić oczekiwania coraz bardziej wymagających klientów. W tym segmencie kluczowe jest indywidualne podejście, personalizacja i budowanie długoterminowej relacji.

Udział poszczególnych kategorii w rynku luksusowych kosmetyków i perfum (mln PLN)



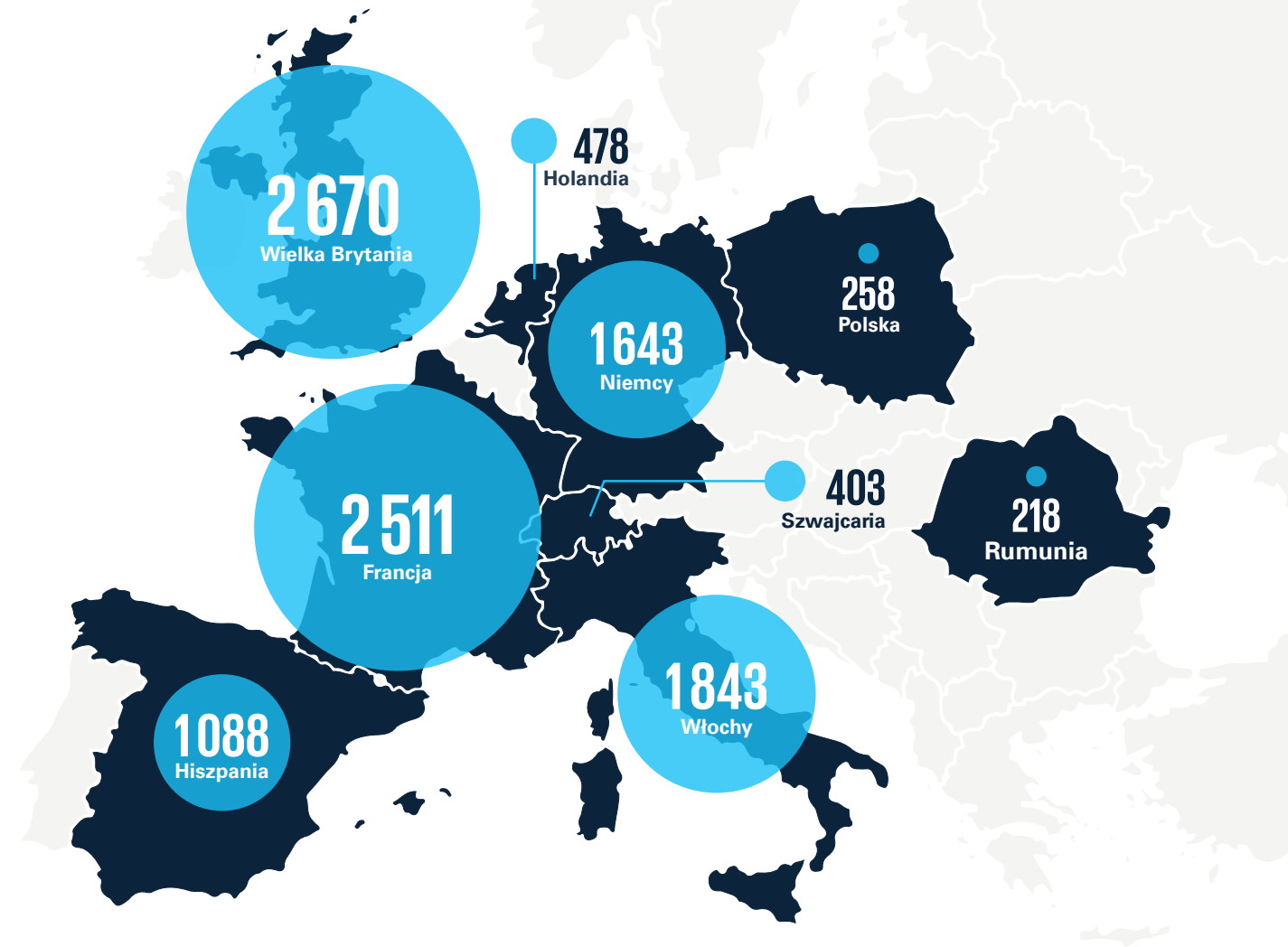
Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International



Patrząc na mapę Europy łatwo zauważyć, że od 2016 roku rynek brytyjski pozostaje największym na kontynencie w segmencie kosmetyków i perfum. Wcześniej był nim rynek francuski, który obecnie plasuje się na drugiej pozycji. Żaden z dwóch wymienionych rynków nie wrócił jeszcze do stanu z 2019 roku. Dla porównania, niewielki rynek szwajcarski, którego wartość stanowi nieco ponad 1/8 rynku brytyjskiego, na koniec 2021 odrobił już po-pandemiczne straty. Również rynek rumuński rozwija się bardzo szybko, a jego obecna wartość przewyższa tę z 2019 roku. Co więcej, za pięć lat najprawdopodobniej Rumunia wyprzedzi w tej kategorii nasz rodzimy rynek.



Wartość rynku luksusowych kosmetyków w wybranych krajach (wartość łączna, mln euro, 2022 r.)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

Bizuteria i zegarki



Szacowana wartość rynku luksusowej biżuterii i zegarków w 2022 r.

540 mln zł

Szacowany wzrost wartości rynku luksusowej biżuterii i zegarków w 2022 r.

10,3%

Sprzedaż w segmencie luksusowych zegarków w 2022 r. przewyższyła poziom sprzed pandemii.

103,4%

Udział zegarków na szwajcarskim rynku luksusowej biżuterii i zegarków w 2022 r.

78,6%

Sprzedaż na rynku luksusowej biżuterii i zegarków w Polsce wzrosła w porównaniu do roku poprzedniego o 10,3% r/r i w 2022 roku wyniosła 540 mln zł. Według prognoz rynek tych luksusowych akcesoriów przekroczy wartość sprzed pandemii już w 2023 r. Segment biżuterii stanowi 56% udziałów w rynku, co oznacza wzrost o 1 p.p w porównaniu do poprzedniego roku, kosztem segmentu zegarków.

Niemniej jednak zarówno zegarki jak i biżuteria są często traktowane jako lokata kapitału, a popyt na niektóre limitowane modele wciąż przewyższa podaż. W zeszłym roku wg. Federacji Szwajcarskiego Przemysłu Zegarkowego eksport zegarków szwajcarskich wzrósł o 11,4% r/r, a najlepiej sprzedają się te najdroższe modele.

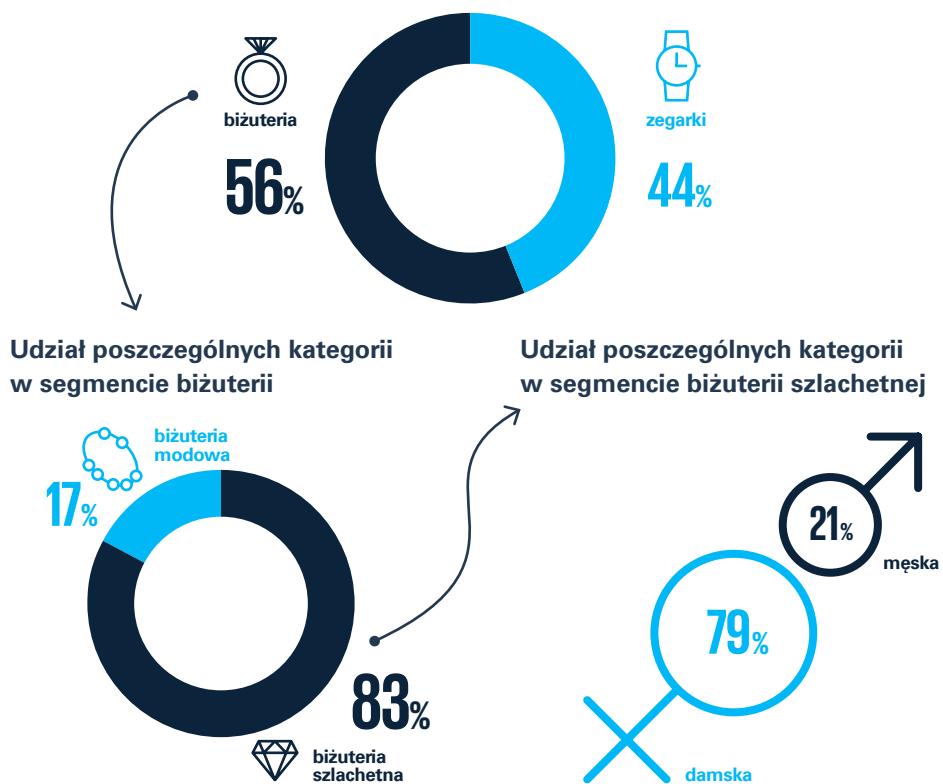
Podobnie jak w sektorze luksusowych ubrań, trend „high-low” w segmencie zegarków premium jest czymś, na co warto zwrócić uwagę. Współpraca między takimi markami jak Swatch i Omega, czego efektem był model Moonswatch, nawiązujący do legendarnego Speedmastera Omegi, wygenerowała rekordową sprzedaż obu marek.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

Do czasu wybuchu pandemii rynek luksusowej biżuterii rósł średniorocznie szybciej niż wartość sprzedaży luksusowych zegarków. Na dzień dzisiejszy to biżuteria szlachetna, głównie damska, odpowiada za największy wzrost w segmencie

biżuterii (12,4% wzrost r/r), podczas gdy w segmencie zegarków, to męskie zegarki odpowiadają za większy wzrost sprzedaży (8,0% r/r.). Przewiduje się, że przez kolejne pięć lat utrzyma się wzrost sprzedaży na średnim poziomie 4,5%.

Struktura rynku luksusowej biżuterii i zegarków w 2022 r.



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

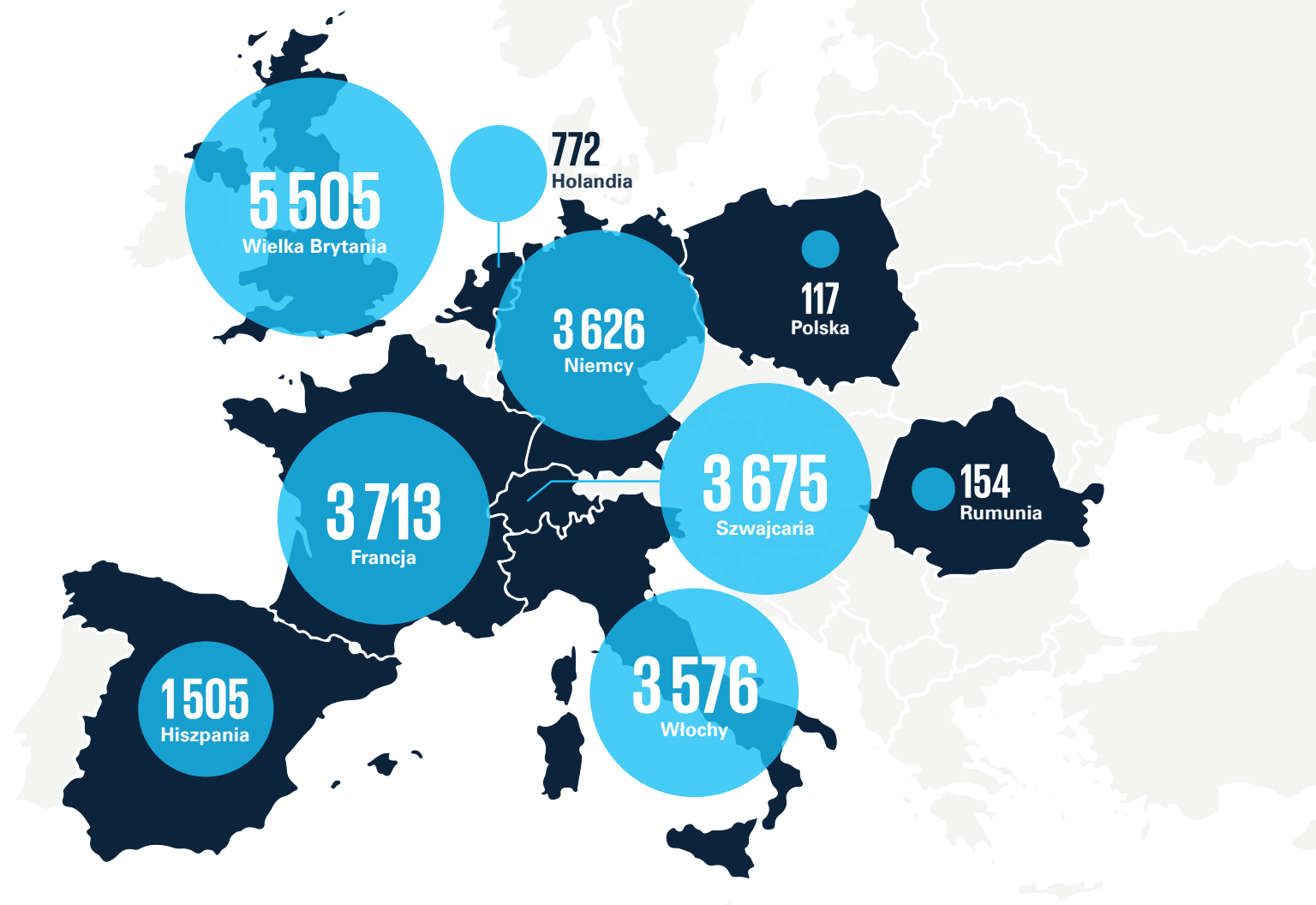
Rynek luksusowej biżuterii i zegarków w latach 2015-2027 (mln zł, p-prognoza)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

Wartość sprzedaży zegarków marek luksusowych w Polsce wyniosła w 2022 roku 238 mln zł, przekraczając tym samym wartość rynku sprzed pandemii. Dynamika wzrostu (+8,0% r/r) była jednak niższa niż w segmencie biżuterii (12,2%). Sumarycznie jednak wartość rynków luksusowej biżuterii i zegarków nie doszła jeszcze do poziomu sprzed wybuchu pandemii. Do tej pory tylko największy rynek w Europie - Wielka Brytania może pochwalić się wynikiem nawet wyższym niż ten w 2019 roku (5 505 mln euro). Warto zaznaczyć, że rynek rumuński, mający dodatni w porównaniu z innymi rynkami CAGR za pięć ostatnich lat (poza wspomnianą Wielką Brytanią), również wrócił do poziomu sprzed pandemii i rośnie w bardzo szybkim tempie – zgodnie z przewidywaniami w ciągu najbliższych 5 lat jego wartość zwiększy się o 64,4%.

Wartość rynku luksusowej biżuterii i zegarków (wartość łączna, mln euro, 2022 r.)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

Samoloty i śmigłowce



o **5** jednostek

powiększyła się w ciągu roku flota samolotów w Polsce zarejestrowanych na osoby fizyczne i jednoosobowe działalności gospodarcze*

1814

Łączna liczba samolotów i śmigłowców zarejestrowanych w Polsce*

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Urzędu Lotnictwa Cywilnego

*Stan na listopad 2022 r.

W segmencie samolotów i śmigłowców na przestrzeni ostatniego roku widoczna jest dosyć niska dynamika wzrostu (2,5%). Według danych Urzędu Lotnictwa Cywilnego w 2022 roku flota ta liczyła 1 814 jednostek, co stanowiło 45 statków powietrznych więcej niż przed rokiem, a 72 z nich zostało zarejestrowanych na osoby fizyczne i jednoosobowe działalności gospodarcze. W całej flocie przeważający udział mają samoloty – 84,4%.

Za największą część nowych rejestracji w 2022 roku odpowiadały osoby fizyczne oraz jednoosobowe działalności

gospodarcze. Grupa ta była w posiadaniu 509 samolotów i 72 śmigłowców, czyli odpowiednio o 5 i 11 sztuk więcej niż przed rokiem.

W skali globalnej wynik sprzedażowy prywatnych samolotów i helikopterów jest nieco lepszy niż w Polsce. Według danych stowarzyszenia producentów maszyn lotnictwa ogólnego General Aviation Manufacturers Association, w 2022 roku liczba dostarczonych samolotów do klientów na całym świecie wzrosła o 6,5% a śmigłowców o 1,9% r/r w porównaniu z 2021 rokiem.

Polski rynek samolotów i śmigłowców jest stosunkowo mały pod względem łącznej ilości statków powietrznych i w 2022 roku nie zmienił się znacząco. Wciąż spora ilość statków w Rejestrze Cywilnych Statków Powietrznych (RCSP) to samoloty z lat 60 i 70-tych, zarówno produkcji amerykańskich (przede wszystkim jednosilnikowe samoloty Cessna i Piper) oraz samoloty produkcji radzieckiej i ówczesnego bloku wschodniego (An-2, Jak, Wilga, Zlin) które stopniowo są z rejestru wykreślane ze względów technicznych. Ilość nowych samolotów wpisanych do RCSP nieznacznie przewyższa liczbę tych wykreślonych, dlatego łączna liczba nie zmienia się istotnie z roku na rok.

W segmencie lotnictwa ogólnego w Polsce dominują małe samoloty jednosilnikowe, napędzane silnikami tłokowymi, które są wykorzystywane głównie w celach rekreacyjnych. Aby zapewnić bezpieczne i dostępne podróże biznesowe przez cały rok, niezbędne są odrzutowe lub turbośmigłowe samoloty, których w Polsce wciąż jest bardzo mało. W 2022 roku do RCSP wpisano zaledwie siedem dyspozycyjnych samolotów odrzutowych, z czego tylko jeden - Gulfstream G500 - jest samolotem międzykontynentalnym. Tylko jeden samolot turbośmigłowy został wpisany do rejestru.

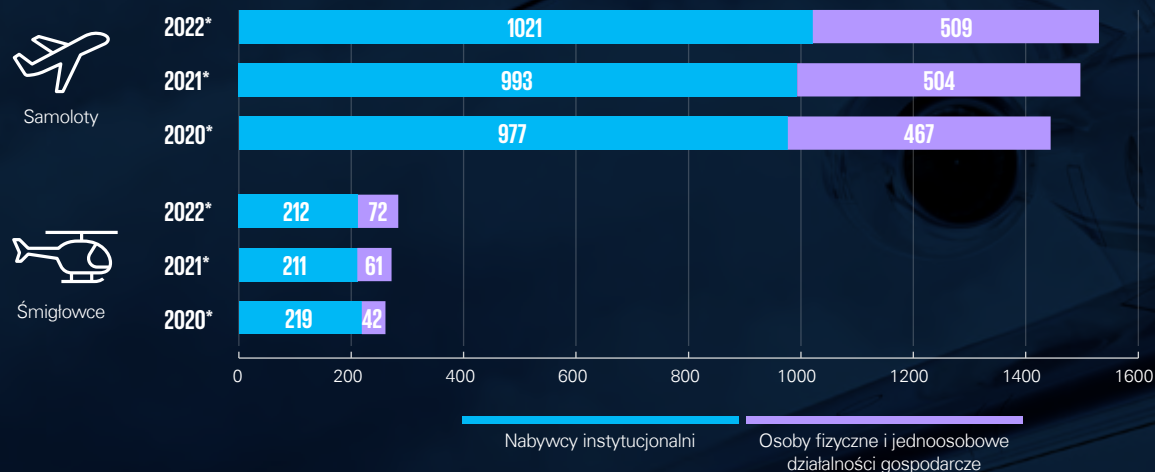
Sytuacja na globalnym rynku nie sprzyja rozwojowi polskiej floty powietrznej, ponieważ sprzedaż nowych samolotów nadal utrzymuje się na poziomie znacznie niższym niż przed kryzysem finansowym w 2008 roku. Na przykład, sprzedaż samolotów w segmencie General Aviation w 2022 roku, według GAMA, wyniosła 2018 sztuk w porównaniu do 4276 w 2007 roku.

W Polsce brakuje lokalnych operatorów oferujących małe samoloty odrzutowe i turbośmigłowe na zasadzie Timeshare lub Fractional Ownership, które są popularne w Stanach Zjednoczonych i w niektórych krajach zachodnich. Takie oferty umożliwiają podział wysokich kosztów utrzymania samolotu między większą liczbę użytkowników, zwiększając ich dostępność. Zakup własnego samolotu dyspozycyjnego jest często zbyt dużym obciążeniem finansowym.

Marek Gajdziński

Partner, Szef Działu Audytu w KPMG w Polsce

Liczba samolotów i śmigłowców zarejestrowanych w Polsce



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Urzędu Lotnictwa Cywilnego

*Stan na listopad danego roku.

Jachty



Wartość eksportu jachtów motorowych z Polski w 2022 r.

2,82 mld zł

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS

Rynek luksusowych jachtów motorowych stale się powiększa. Wartość eksportu z Polski tego typu jednostek wyniosła w 2022 r. ponad 2,8 mld zł, co było wynikiem o 4,5% wyższym w porównaniu z rokiem poprzednim. Polepszenie wyniku cieszy, jednak warto zwrócić uwagę, że dynamika, chociaż rosnąca, okazała się najniższa od kilku lat. Nawet w roku pandemicznym zmiana rok do roku była nieco wyższa, a w roku 2021 wyniosła aż 32,5%, czyli o 28 p.p. więcej.

Ponad połowa (62%) jachtów eksportowanych w 2022 roku z Polski trafiła do nabywców w Europie. W porównaniu do roku poprzedniego oznacza to spadek o 16 p.p. Największym partnerem z krajów Starego Kontynentu po raz kolejny okazały się Niemcy, które zapłaciły polskim producentom blisko

Udział Polski w wartości globalnego eksportu jachtów motorowych wśród krajów UE w 2022 r.

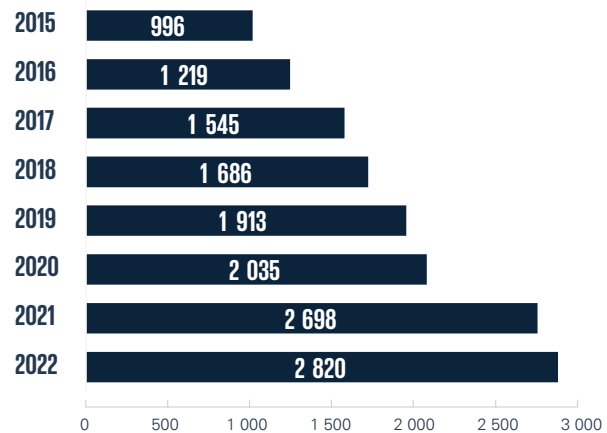
57,3%

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Eurostat

371 mln zł (13% eksportu europejskiego). Najważniejszym pojedynczym partnerem handlowym pozostały jednak Stany Zjednoczone. Do USA wyeksportowano jachty motorowe o wartości 540 mln zł, czyli 19% całego eksportu. Oznacza to, że na przestrzeni roku udział rynku amerykańskiego zwiększył się o 5 p.p.

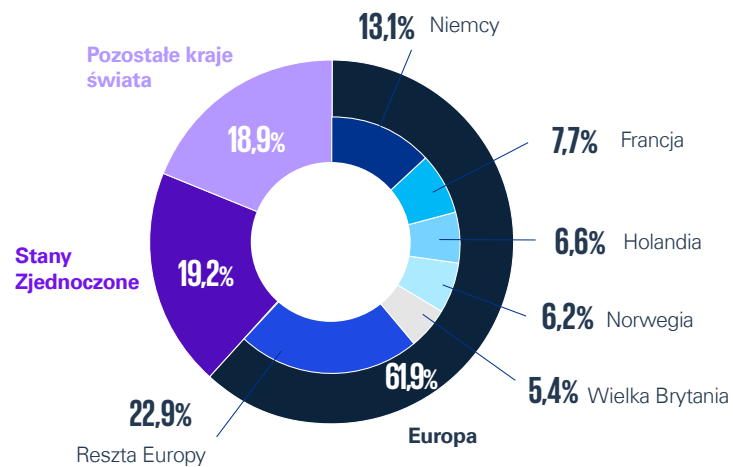
Polska kolejny rok z rzędu pozostała największym eksporterem jachtów w Unii Europejskiej, odpowiadając za 57,3% wartości eksportu wszystkich 27 zrzeszonych państw. Włochy, które znalazły się na drugim miejscu odnotowały pod tym względem wynik ponad pięciokrotnie niższy niż Polska, a sklasyfikowana na trzecim miejscu Finlandia blisko dziesięciokrotnie niższy.

Wartość eksportu jachtów motorowych* z Polski w latach 2015-2022 (mln zł)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS

Udział poszczególnych kierunków polskiego eksportu jachtów motorowych* w 2022 r.

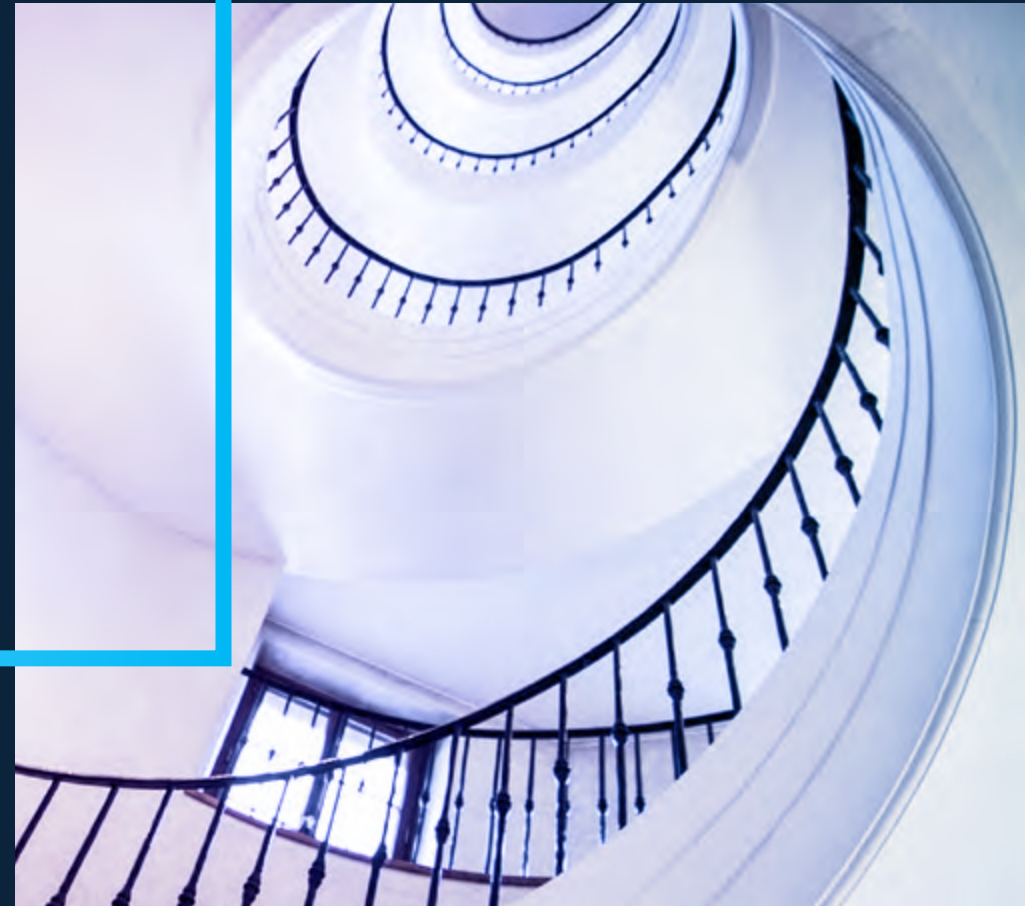


Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS

*Dane dotyczą jachtów motorowych z silnikiem zaburtowym oraz niektórych innych jednostek pływających przeznaczonych do wypoczynku lub sportu i mogą obejmować nienadmuchiwane łodzie oraz kajaki, których wartość w całkowitej wielkości pozostaje jednak nieznacząca



Notowania spółek sektora dóbr luksusowych





Giełdowy luksus w obliczu zawirowań geopolitycznych ostatnich lat

Podobnie jak w poprzednich edycjach przeanalizowaliśmy odporność rynku dóbr luksusowych na kryzysy minionych lat i sprawdziliśmy czy panujące wszechobecnie przekonanie, że właśnie ten rynek jest bardziej odporny na zawirowania geopolityczne niż rynek dóbr masowych, znajduje nadal odzwierciedlenie w rzeczywistości.

Taką prawidłowość często tłumaczymy faktem, że nabywcami dóbr luksusowych są przede wszystkim osoby o ugruntowanej przez lata pozycji majątkowej, które są siłą rzeczy mniej podatne na krótkotrwałe zawirowania gospodarcze. Nawet jeśli ich majątki cierpią w kryzysie, wciąż posiadają oni wystarczającą siłę nabywczą pozwalającą na utrzymanie stopy życiowej.

Potwierdzenie takiego stanu rzeczy mogliśmy zaobserwować zarówno w okresie pęknięcia bańki internetowej na początku 2000 roku jak i w czasie globalnego kryzysu finansowego w latach 2007-2008. Obecnej sytuacji związanej z pandemią, wybuchem wojny w Ukrainie, a także dławiącą domowe budżety inflacją nie sposób porównywać do tamtych kryzysów, chociażby ze względu na to, że wszystkie te wydarzenia dotknęły

bezpośrednio gospodarkę na całym świecie (a nie tylko rynki kapitałowe i finansowe), ale także ze względu na bezprecedensowe kwoty przeznaczone przez poszczególne kraje na programy pomocowe związane z pandemią i wojną, a także mechanizmy mające łagodzić skutki galopującej w ostatnich miesiącach inflacji.

Tę prawidłowość obserwujemy również obecnie, bowiem rynek dóbr luksusowych dawno nie miał się tak dobrze, a notowania spółek z tego sektora docierają na nieosiągalne dotychczas szczyty. O kondycji tego rynku świadczy chociażby fakt, że Bernard Arnault wyprzedził Elona Muska w wyścigu o miano najbogatszego człowieka świata, a jego przewaga z dnia na dzień dynamicznie się powiększa. Tajemnica tego przetasowania tkwi w wartości spółki LVMH, największego koncernu produkującego dobra luksusowe na świecie, którego CEO i jednocześnie posiadaczem ok. 48% akcji jest wspomniany Arnault. Kurs akcji tej spółki od pandemicznego dołka mającego miejsce 16 marca 2020 roku do szczytu z 24 kwietnia 2023 roku wzrósł o 203%. Kolejnym przetasowaniem, które pokazuje siłę spółek z sektora dóbr luksusowych jest przejście roli lidera przez giełdę w Paryżu wśród najwyższej wycenianych giełd w Europie. Za taki stan rzeczy odpowiedzialnych należy szukać na

półkach ekskluzywnych modowych butików, bowiem w pierwszej piątce najwyższej wycenianych francuskich spółek trzy z nich – LVMH, Hermes i Dior – dostarczają na nie swoje produkty.

Wszystkie te wydarzenia prowadzą do jednoznacznie brzmiącej konkluzji: luksus jest w cenie.

Jednak, aby pełniej zobrazować kondycję rynku dóbr luksusowych w ostatnim czasie przeanalizowaliśmy reakcję na pandemię, konflikt zbrojny oraz globalne spowolnienie gospodarcze, dwóch znaczących segmentów tego sektora:

- osobiste dobra luksusowe (ubrania, akcesoria, kosmetyki, biżuterię i zegarki oraz alkohole) odpowiadające za około 25% rynku dóbr luksusowych, oraz
- samochody luksusowe i premium, obejmujące około 40% tego rynku.

Jako punkt odniesienia dla zachowania spółek giełdowych z powyższych segmentów rynku posłużył indeks S&P Global 1200, który agreguje indeksy akcji spółek notowanych na giełdach w ponad 30 krajach, obejmując około 70 procent kapitalizacji światowego rynku akcji. Na koniec kwietnia 2023 roku wartość akcji spółek uwzględnionych w tym indeksie wynosiła ponad 54 biliony dolarów.

Rynek osobistych dóbr luksusowych zmierzaliśmy tworząc na potrzeby raportu indeks uwzględniający następujące spółki (w nawiasach przykładowe marki z ich portfela):

- LVMH (Christian Dior, Louis Vuitton, Tiffany, Hublot, Zenith, Krug)
- Hermes,
- Kering (Gucci, Balenciaga, Saint Laurent, Ulysse Nardin),
- Compagnie Financière Richemont (Cartier, IWC Schaffhausen, Panerai, Montblanc),
- Prada,
- Tapestry (Coach),
- Capri Holdings (Michael Kors, Versace, Jimmy Choo).

Kapitalizacja spółek z tego indeksu na koniec marca 2023 roku osiągnęła niemal 880 miliardów dolarów (czyli nieco ponad 1,5% wartości indeksu S&P Global 1200).

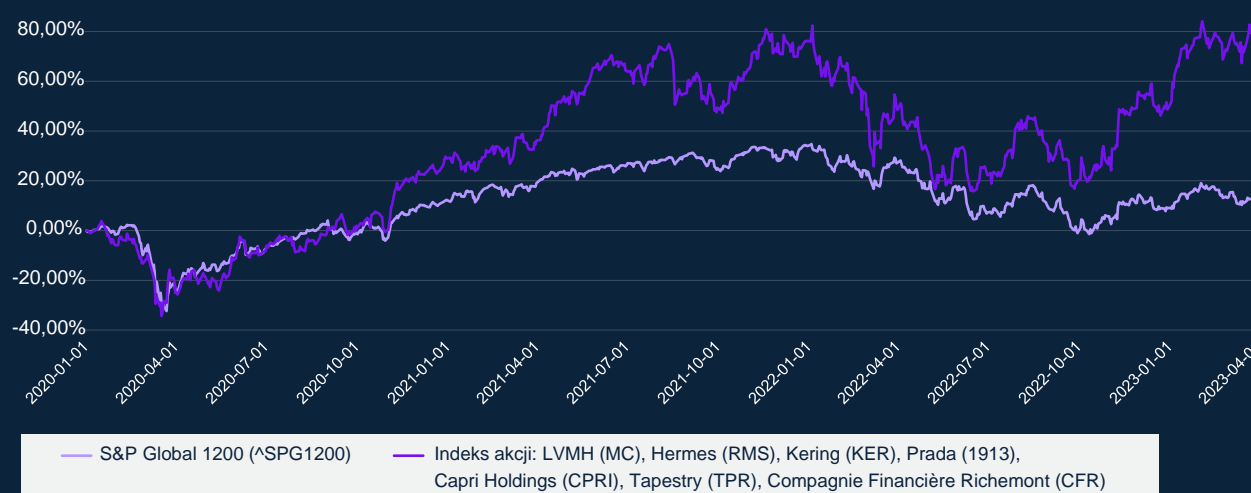
Patrząc na wykres notowań, zaobserwować można kształtowanie się czterech faz. Pierwsza z nich rozpoczyna się po ogłoszeniu pandemii w marcu 2020, kiedy to oba indeksy (dóbr luksusowych i szerokiego rynku) odnotowały podobne spadki i następnie niemal przez trzy kwartały 2020 indeks złożony z wybranych spółek z segmentu dóbr luksusowych nadążał za indeksem

S&P Global 1200. Zmiana tego trendu nastąpiła dopiero w ostatnim kwartale, kiedy to indeks osobistych dóbr luksusowych odnotował znaczący wzrost, osiągając na koniec roku poziom 30% powyżej poziomu z początku roku i 17% powyżej rynku, co mogło mieć także związek z oczekiwaniami inwestorów co do świątecznych wydatków napędzanych oszczędnościami zgromadzonymi w okresie pandemii. Większość 2021 roku to dalsze utrzymanie trendu i zdecydowana, konsekwentnie rosnąca przewaga wspomnianego indeksu, który swój pierwszy znaczący szczyt osiągnął w drugiej połowie listopada, wzrastając ponad 82% w odniesieniu do początku

roku 2020 i niemal 50% powyżej indeksu S&P Global 1200. Trzecia faza, w której kumulacja negatywnych wydarzeń (m.in. nadejście 5. fali zakażeń, napływające informacje o pogarszającej się sytuacji makroekonomicznej i koniunkturze na rynkach światowych, inflacja i groźba recesji, a także wybuch wojny) skutkowało odwróceniem sentymentu, a w konsekwencji dynamicznymi spadkami i dużą zmiennością notowań, co z kolei doprowadziło do tego, że na koniec listopada 2022 roku indeks wybranych spółek segmentu dóbr luksusowych powrócił do poziomu z końca 2020 roku, tracąc wszystkie zyski z kilkunastu miesięcy utrzymując

się jednak wciąż nieco ponad 15% ponad rynkiem. Ostatnia, czwarta faza trwająca aż do chwili obecnej rozpoczęła się w momencie nadejścia informacji z Chin o odejściu od polityki zero-covid i intensywnym znoszeniu obostrzeń pandemicznych. Znaczenie tej informacji nabiera na sile, gdy weźmiemy pod uwagę fakt, że zgodnie z raportem Euromonitor International, chiński rynek dóbr luksusowych jest obecnie największym i jednocześnie najdynamiczniej rosnącym rynkiem świata, a firmy takie jak Hermes i LVMH wygenerowały około 30% swojej sprzedaży w 2020 roku właśnie w Chinach. Moment, w którym obywatele Chin po długim okresie gromadzenia

Dynamika wartości indeksu akcji rynku osobistych dóbr luksusowych



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych S&P Global Market Intelligence, S&P Capital IQ

oszczędności ruszyli na zakupy odwetowe, jest również momentem, w którym indeks wybranych spółek segmentu dóbr luksusowych dynamicznie ruszył w górę, kończąc marzec 2023 wzrostem na poziomie 88% względem poziomu z początku 2020 roku i o ponad 70 p.p. powyżej rynku.

Z tej obserwacji wynika, że o ile rynek dóbr luksusowych nie jest w pełni odporny na zawirowania gospodarcze i podlega wahaniom, o czym świadczy niemal cały rok 2022, to niemal dwa lata trwającej globalnej pandemii i w konsekwencji odmrożenie największego odbiorcy luksusu jakim są Chiny, przyniosło duże wzmocnienie spółek z segmentu dóbr luksusowych. Potwierdza to również tezę przedstawioną we wstępie, mówiąca o tym, że spółki rynku dóbr luksusowych w okresach gospodarczo-społecznej niepewności radzą sobie znacznie lepiej niż szeroki rynek.

Ciekawych wniosków dostarcza analiza segmentu samochodów, który podzieliliśmy na następujące grupy:

- luksus (Ferrari),
- premium (Daimler, Mercedes, BMW, Volvo),
- masowy (Volkswagen, General Motors, Ford, Fiat Chrysler/PSA/Stellantis, Renault).

Reakcja rynków finansowych na pierwsze informacje o wirusie nie była równomierna. Zarówno segment samochodów premium jak i masowy zachowały się bardzo podobnie notując spadki przekraczające 50% przy spadku indeksu S&P Global 1200 o „zaledwie” 30%. Akcje Ferrari zachowały się jak na przedstawiciela segmentu luksusowego przystało z godnością, tracąc tylko 20%.

Segment samochodów premium zaczął szybciej odrabiać straty by zakończyć rok 2020 zyskując około 22% (przy wzroście indeksu szerokiego rynku o kilkanaście procent i utrzymaniu wartości indeksu samochodów masowych na poziomie z początku 2020 roku).

W kolejnych 7 kwartałach, aż do końca września 2022 sytuacja zmieniała się dynamicznie. Notowania producentów samochodów charakteryzowały się dużą zmiennością, przez cały okres tocząc zaciętą walkę z rynkiem (i wyzwaniami związanymi z utrzymaniem ciągłości łańcuchów dostaw).

Najmniej odporne na pandemię, wojnę i nadchodzące ciemne chmury związane z dynamicznym wzrostem inflacji i oczekiwanym spowolnieniem gospodarczym okazały się być segmenty premium i masowy, które traciły do indeksu S&P Global 1200 odpowiednio nieco ponad 10 i 12 p.p.

W ostatnim kwartale zeszłego roku i pierwszym kwartale bieżącego sytuacja zaczęła się poprawiać i do segmentów premium oraz aut luksusowych ponownie zawiły bardziej optymistyczne nastroje, bowiem zarówno akcje Ferrari, jak i indeks producentów aut premium wzrosły o ponad 40 p.p.

Segment producentów aut masowych niestety nadal cierpi, odczuwając efekty spowolnienia gospodarczego i efektywnie kurczących się portfeli jego klientów, kończąc pierwszy kwartał 2023 ponad 15 p.p. poniżej rynku.

Akcje Ferrari pozostały najbardziej odporne na kryzys, co więcej pozwoliły zarobić inwestorom od początku 2020 roku aż 58%, a kapitalizacja spółki osiągnęła niemal 50 miliardów dolarów, jednocześnie powracając na poziom osiągnięty w listopadzie 2021. Akcje spółki z Maranello nie obroniły się jednak przed intensywnymi wahaniami w 2022 roku bowiem na koniec maja kurs powrócił niemal do poziomu sprzed 17 miesięcy, tak jak wiele innych akcji w tym okresie, w tym innego producenta samochodów, Volkswagena.

Co ciekawe wartość rynkowa Ferrari to niemal 80% grupy Volkswagena (posiadającego w swoim portfelu takie luksusowe marki jak Lamborghini,



Bentley i Porsche), przy czym grupa Volkswagena sprzedaje ponad sześćset razy więcej samochodów niż Ferrari.

O powracającej dobrej koniunkturze w segmencie aut luksusowych świadczą również ruchy motoryzacyjnych gigantów. W tym przypadku spółki Porsche, która 29 września 2022 weszła na giełdę we Frankfurcie. Wedle danych firmy Refinitiv oferta publiczna opiewająca na symboliczne 911 mln akcji o całkowitej wartości ok. 18,8 miliardów dolarów została trzecim największym IPO w historii europejskich giełd. Akcje tej spółki od momentu debiutu radzą sobie niezwykle dobrze bowiem kurs od dnia debiutu do końca marca 2023 wzrósł o 59%.



Globalny sektor dóbr luksusowych okazał się być bardziej odporny na zawirowania ostatnich trzech lat niż rynek dóbr masowych.

Kursy akcji spółek liderów sektora jak na przykład LVMH, Hermes czy Dior, które w zdecydowanej większości obejmują osobiste dobra luksusowe, spadły na początku pandemii w 2020 r., a spadki te były podobne do indeksu szerokiego rynku. Natomiast od końca 2020 roku sektor radzi sobie zdecydowanie lepiej niż pozostała część rynku, a notowania akcji sektorowych gigantów biją rekordy wszechczasów. Przykładowo kurs akcji największego gracza na rynku dóbr luksusowych, od pandemicznego dołka po szczyt na wiosnę 2023, urosł o ponad 200%, osiągając wartość 500 miliardów dolarów!

Siła spółek z sektora dóbr luksusowych (pięciu z sześciu czołowych graczy w tym segmencie to podmioty francuskie) spowodowała, że giełda w Paryżu stała się największa giełdą w Europie, wyprzedzając Londyn.

Podobny trend obserwowaliśmy w przypadku kursów akcji spółek motoryzacyjnych. Akcje Ferrari od początku 2020 roku urosły o niemal 60%, w tym samym czasie kursy akcji samochodów premium wzrosły o 30%, a producentów samochodów popularnych praktycznie nie zmieniły się.

Czy to tylko krótkoterminowy fenomen, wynikający z powrotu chińskich konsumentów po pandemii na rynek dóbr luksusowych, czy jednak długoterminowy trend wzrostu tego sektora, pomimo obaw co do światowego kryzysu czy recesji. Czas pokaże, jednak historia wskazuje, że luksus także na giełdzie ma się dobrze.

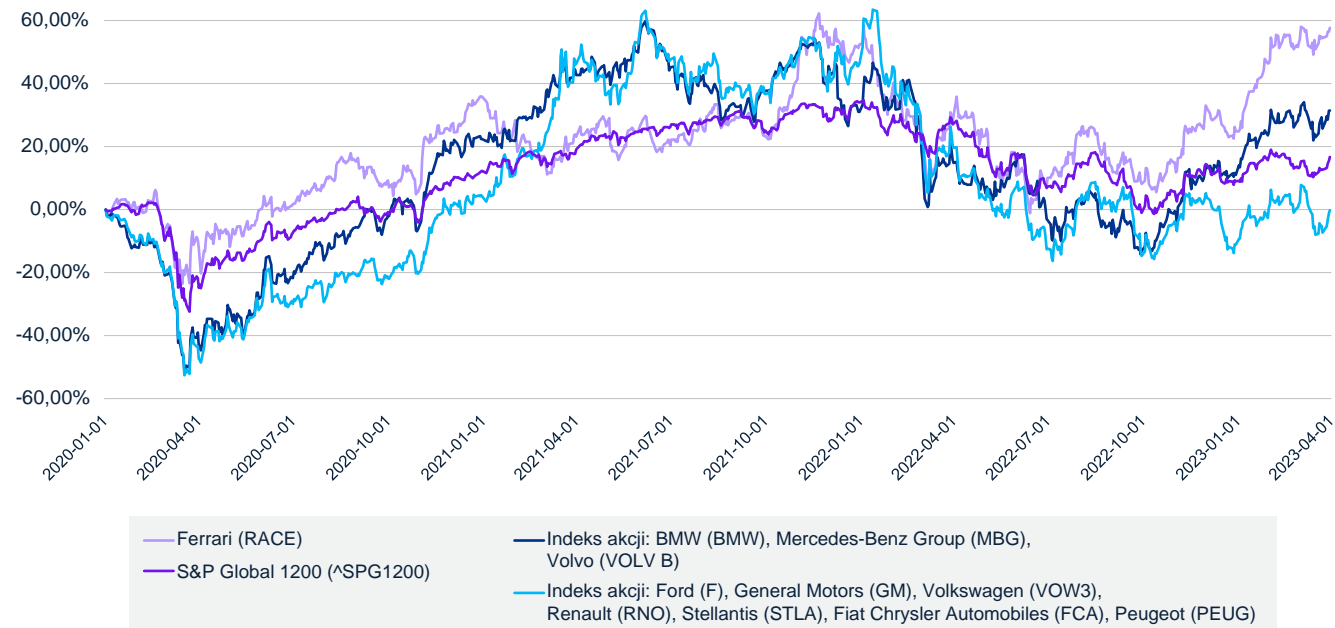
Tomasz Wiśniewski

Partner w Dziale Deal Advisory, Szef Zespołu Wycen w KPMG w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej



Przeprowadzone przez nas analizy potwierdziły, że podobnie jak w poprzednich kryzysach, także w sytuacji ostatnich negatywnych wydarzeń gospodarczych rynek dóbr luksusowych zachował się znacząco lepiej od podobnych produktów w segmencie masowym oraz od całego rynku. Jednak (podobnie jak w przypadku osobistych dóbr luksusowych) kumulacja negatywnych wydarzeń w pierwszych trzech kwartałach 2022 dotknęła także segment samochodów luksusowych i premium, których kursy podlegały silnym wahaniom. Zauważalne jest jednak również, że gdy nastroje się poprawiają, pierwszymi beneficjentami tej zmiany stają się producenci dóbr luksusowych. Prognozy analityków także roztaczają przed rynkiem dóbr luksusowych obiecujące perspektywy w nadchodzących miesiącach, uzasadniając taki stan rzeczy wyższą zdolnością do utrzymania stałego poziomu marż przez spółki z tego segmentu oraz szerszej i bardziej odpornej na kryzysy gospodarcze bazy klientów w porównaniu do poprzednich załamań rynkowych.

Dynamika wartości wybranych indeksów i akcji rynku samochodów



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych S&P Global Market Intelligence, S&P Capital IQ

Kontakt

KPMG w Polsce

ul. Inflancka 4A
00-189 Warszawa

T: +48 22 528 11 00

E: kpmg@kpmg.pl

Andrzej Marczak

Partner, Szef Działu Doradztwa
Podatkowego w Europie
Środkowo-Wschodniej,
Szef Zespołu ds. PIT
w KPMG w Polsce

E: amarczak@kpmg.pl

Tomasz Wiśniewski

Partner w Dziale Deal Advisory,
Szef Zespołu Wycen
w KPMG w Polsce i Europie
Środkowo-Wschodniej

E: twisniewski@kpmg.pl

Biura KPMG w Polsce

Warszawa

ul. Inflancka 4A
00-189 Warszawa

T: +48 22 528 11 00

E: kpmg@kpmg.pl

Kraków

ul. Opolska 114
31-323 Kraków

T: +48 12 424 94 00

E: krakow@kpmg.pl

Poznań

ul. Roosevelta 22
60-829 Poznań

T: +48 61 845 46 00

E: poznan@kpmg.pl

Wrocław

ul. Szczytnicka 11
50-382 Wrocław

T: +48 71 370 49 00

E: wroclaw@kpmg.pl

Gdańsk

al. Zwycięstwa 13a
80-219 Gdańsk

T: +48 58 772 95 00

E: gdansk@kpmg.pl

Katowice

ul. Francuska 36
40-028 Katowice

T: +48 32 778 88 00

E: katowice@kpmg.pl

Łódź

ul. Kopcińskiego 62d
90-032 Łódź

T: +48 42 232 77 00

E: lodz@kpmg.pl



[kpmg.pl](https://www.kpmg.pl)

© 2023 KPMG Sp. z o.o., polska spółka z ograniczoną odpowiedzialnością i członek globalnej organizacji KPMG składającej się z niezależnych spółek członkowskich stowarzyszonych z KPMG International Limited, prywatną spółką angielską z odpowiedzialnością ograniczoną do wysokości gwarancji. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Nazwa i logo KPMG są znakami towarowymi używanymi na podstawie licencji przez niezależne firmy członkowskie globalnej organizacji KPMG.

Informacje zawarte w niniejszej publikacji mają charakter ogólny i nie odnoszą się do sytuacji konkretnej osoby lub firmy. Pomimo, iż staramy się dostarczać dokładne i aktualne informacje, nie możemy zagwarantować, że takie informacje będą aktualne na dzień ich otrzymania lub że będą nadal aktualne w przyszłości. Nikt nie powinien podejmować decyzji na podstawie takich informacji bez odpowiedniego profesjonalnego doradztwa po dokładnym zbadaniu konkretnej sytuacji.

Document Classification: KPMG Public

