

2023

**Informe de Locales
Comerciales
en Primera Línea**

**High Street
Retail Report**

16^a/th
EDICIÓN
EDITION

A S C A N A

EXPANSION



ASCANA 2023 19TH YEARS LOVERETAIL

ASCANA es la consultora inmobiliaria de expansión e inversión en locales comerciales y hoteles referente en Europa. Fundada en 2005, ASCANA cuenta con sedes en París, Milán, Madrid y Barcelona, desde las que pone al servicio de marcas, propietarios e inversores de las principales ciudades europeas su profundo conocimiento sectorial para la compra y gestión de activos comerciales en zonas de primera línea.

ASCANA desarrolla su actividad a través de dos líneas de negocio: la representación de las principales marcas europeas en su desarrollo internacional y la compra y gestión de activos en zonas prime para inversores y propietarios.

Su amplia experiencia ha convertido a ASCANA en uno de los principales especialistas en el mercado de la compraventa de locales comerciales con desarrollo inmobiliario de Europa, permitiéndole ofrecer a sus clientes un asesoramiento de altísimo nivel gracias a su conocimiento del sector.

Para trasladar este conocimiento al resto del sector, ASCANA analiza en este informe los datos y tendencias de las principales zonas comerciales de París, Ámsterdam, Lisboa, Milán, Roma, Barcelona y Madrid. El Informe ASCANA 2023 presenta de forma totalmente objetiva un retrato fidedigno de las principales calles prime de Europa incluyendo datos actualizados sobre las rentas medias por metro cuadrado de cada calle analizada, el mix comercial, las últimas operaciones de inversión o la rentabilidad media de las inversiones.

El Informe ASCANA 2023 incluye de nuevo un análisis de los principales indicadores de cada país, además de los *key plans* que muestran la representación de las marcas sobre el mapa y que reflejan los movimientos y operaciones que han tenido lugar durante el año.

Un profundo estudio que a lo largo de los últimos 16 años se ha posicionado como una herramienta clave de consulta para la toma de decisiones por parte de los responsables de expansión de marcas comerciales, propietarios, inversores y profesionales del sector *retail*. ♦

ASCANA is Europe's leading real estate consultancy specializing expansion and investment in commercial premises and hotels. Founded in 2005, ASCANA has offices in Paris, Milan, Madrid and Barcelona and employs its deep knowledge of the industry to assist brands, owners and investors in Europe's major cities with the purchasing and management of their high street commercial assets.

ASCANA operates in two lines of business: representing major European brands as they expand internationally and purchasing and managing assets in prime retail areas on behalf of owners and investors.

Its extensive experience has made ASCANA one of the leading property development specialists in the European market for retail premises. With its knowledge of the industry, it is able to offer its clients truly in-depth consulting at the highest level.

To share this knowledge with the rest of the industry, ASCANA analyzes in this report the data and trends from the major retail areas of Paris, Amsterdam, Lisbon, Milan, Rome, Barcelona and Madrid. The 2023 ASCANA Report provides a wholly objective and faithful depiction of the main prime streets in Europe, including current data on the average rents per square meter on each street analyzed, the commercial mix, the latest investment transactions and the average yield on investments.

The 2023 ASCANA Report once again includes an analysis of the key indicators in each country as well as key plans showing the brands' location on the map as well as any movements and transactions that have taken place over the year.

This is an in-depth study, and over the last 16 years, it has become a key reference guide that aids decision-making by brand expansion managers, owners, investors and retail industry professionals. ♦

EUROPE

A pesar de los desafíos provocados por el impacto de la guerra de Ucrania en la economía global, las sanciones a Rusia establecidas por la Unión Europea que han jugado en su propio detrimento o el aumento de los precios de la energía que han disparado la inflación, Europa ha mostrado una resiliencia notable durante este ejercicio.

El PIB de la Unión Europea experimentó un ligero crecimiento del 0,6% en 2023. La economía de Portugal, con un crecimiento del PIB del 2,7%, encabeza por segundo año consecutivo el listado de los países analizados en este informe, seguida de España con un PIB del 2,3% y Francia con un 2%.

Peores desempeños han tenido la economía italiana, cuyo PIB ha alcanzado un incremento de tan sólo el 0,9% o los Países Bajos donde el crecimiento ha sido del 0,7%.

El aumento de la tasa de inflación interanual ha vuelto a ser un factor determinante en la economía europea, estableciéndose en el 8,6%. Entre los países analizados en el informe, los Países Bajos con un 11,6%, España con un 8,4% e Italia con un 8,1% se posicionan a la cabeza con las tasas de inflación más altas seguidas de Portugal con un 7,8%, y Francia con un 6,2%.

Pese a ello, la estabilidad y solidez de las principales calles comerciales europeas continúa inalterable. La tendencia al alza en las rentas de las principales calles comerciales europeas se mantiene, con crecimientos de entre un 2,5% y 6,8%.

Con una renta media de 16.000€/m² Via Montenapoleone, en Milán, ostenta los precios más altos de las prime europeas. En el lado opuesto, Avenida da Liberdade con una renta media de 1.250€/m² se posiciona como la más accesible.

La disponibilidad, inferior al 3% en vías como Via dei Condotti en Roma o Rua Garret en Lisboa, mantiene en tensión a los operadores que luchan por establecerse en las principales vías prime. ◇

2023 was a year of challenges: the Ukraine war's impact on the global economy, EU-imposed sanctions on Russia that backfired on the bloc, and inflation triggered by increasing energy prices. Even so, Europe showed remarkable resilience over the year.

The European Union GDP grew a modest 0.6% in 2023. Portugal, whose GDP rose 2.7%, tops the list of countries analyzed in this report for the second year running, followed by Spain, up 2.3%, and France, up 2%.

The performance was less favorable in Italy, whose GDP inched up a mere 0.9%, and the Netherlands, where the growth was just 0.7%.

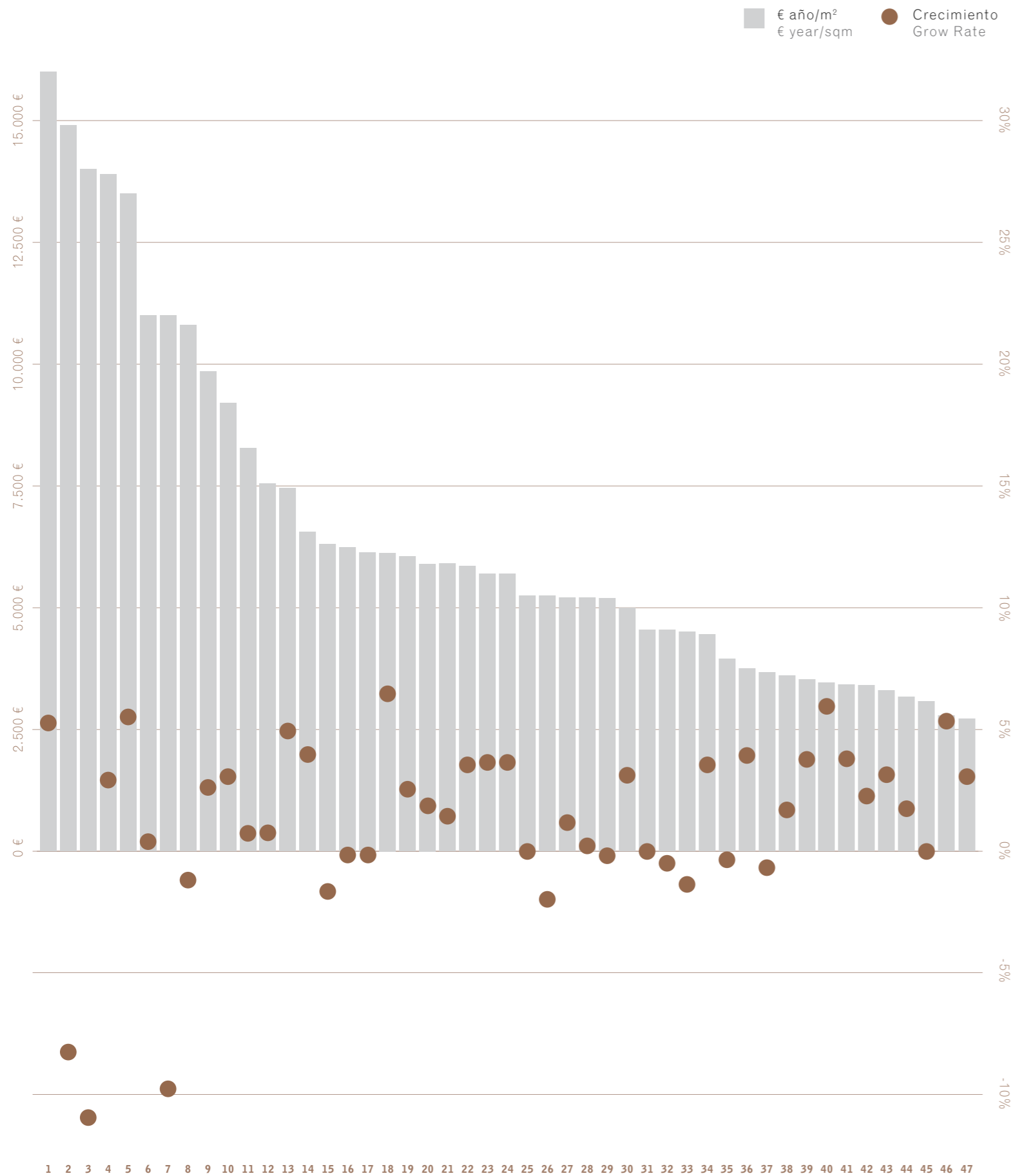
The increase in the year-on-year inflation rate once again proved to be a determining factor in the European economy and ended the year at 8.6%. Of the countries analyzed in this report, the highest rates of inflation were reported in the Netherlands (11.6%), Spain (8.4%) and Italy (8.1%), followed by Portugal (7.8%) and France (6.2%).

That notwithstanding, the stability and solidity of Europe's main shopping streets remained unchanged. The upward trend in high street rent prices continued, rising between 2.5% and 6.8%.

With its rents averaging 16,000€/sqm, Via Montenapoleone in Milan boasts the highest prices of Europe's prime streets. At the opposite end of the spectrum, we see Avenida da Liberdade, whose average rent price of €1,250/sqm is the most accessible.

Availability remains low, under 3% on streets like Via dei Condotti in Roma or Rua Garret in Lisbon, resulting in tension among operators struggling to establish themselves on the major prime streets. ◇





	CALLE STREET	€ AÑO / M ² € YEAR / SQM	CRECIMIENTO GROWTH
1	Milan-Montenapoleone	16.000 €	5,26%
2	London-Bond Street	14.900 €	-8,25%
3	London-Oxford Street	14.000 €	-10,94%
4	Milan-Vittorio Emanuele II	13.900 €	2,96%
5	Roma-Via Condotti	13.500 €	5,47%
6	Paris-Av. Champs Elysees	11.000 €	0,36%
7	London-Regent Street	11.000 €	-9,76%
8	Paris-Av. Montaigne	10.800 €	-1,01%
9	Paris-Rue Saint-Honoré	9.850 €	2,60%
10	Zurich Bahnhofstrasse	9.200 €	3,06%
11	Paris-Rue du Faubourg St Honore	8.275 €	0,75%
12	Paris-Place Vendôme/Rue de la Paix	7.550 €	0,67%
13	Milan-Via Sant'Andrea	7.450 €	4,93%
14	Milan-Corso Venezia	6.550 €	3,97%
15	London-Sloane Street	6.300 €	-1,59%
16	Paris-Bd. Saint Germain	6.240 €	-0,16%
17	Paris-Rue de Sèvres	6.130 €	-0,16%
18	Roma-Piazza Di Spagna	6.125 €	6,52%
19	Roma-Via del Corso	6.050 €	2,54%
20	London-Covent Garden	5.900 €	1,86%
21	Florenca-Via Roma	5.900 €	1,43%
22	Milan-Via della Spiga	5.850 €	3,54%
23	Roma-Via del Babuino	5.700 €	3,64%
24	Roma-Via Frattina	5.700 €	3,64%
25	Paris-Rue des Francs-Bourgeois	5.250 €	0,00%
26	Cannes-La Croisette	5.250 €	-1,98%
27	Vienna-Kohlmarkt	5.200 €	1,17%
28	Paris-Rue Royale	5.200 €	0,19%
29	Paris-Rue François 1er	5.190 €	-0,19%
30	Florenca-Via Strozzi	5.000 €	3,11%
31	Paris-Rue de Rosiers	4.550 €	0,00%
32	London-Brompton Road	4.550 €	-0,50%
33	Paris-Av. George V	4.500 €	-1,32%
34	Milan-Via Manzoni	4.450 €	3,49%
35	Paris-Rues de Rennes	3.950 €	-0,25%
36	Vienna-Karntnerstrasse/Graben	3.750 €	3,94%
37	Berlin-Tauentzienstraße	3.675 €	-0,68%
38	Madrid-Preciados	3.600 €	1,69%
39	Roma-Cola di Rienzo	3.525 €	3,68%
40	Barcelona-Passeig de Gràcia	3.460 €	5,92%
41	Milan-Via Dante	3.425 €	3,79%
42	Geneva-Rue du Rhône	3.400 €	2,26%
43	Milan-Corso Buenos Aires	3.300 €	3,13%
44	Barcelona Portal de l' Àngel	3.162 €	1,74%
45	Paris-Rue Vielle du Temple	3.070 €	0,00%
46	Amsterdam-P.C. Hooftstraat	2.780 €	5,30%
47	Madrid-Serrano	2.721 €	3,07%

LA INCERTIDUMBRE NO APAGA EL ATRACTIVO DE LA CIUDAD DE LA LUZ

Con un crecimiento moderado, que se traduce en un incremento del PIB de tan sólo un 0,9% en 2023, París vive un periodo de incertidumbre económica aún afectada por un alto déficit público.

Sin embargo, el brillo de la capital parisina continúa atrayendo visitantes y marcas. Con un aumento del 22%, los turistas internacionales volvieron a llenar las calles de París durante este año y la demanda de locales comerciales, especialmente en las zonas turísticas, continúa en aumento.

Entre ellas destaca la vital Rue Saint-Honoré donde, por tercer año consecutivo, la tendencia ha estado marcada por un gran dinamismo. Su ubicación privilegiada, su atractivo turístico y la presencia de los grandes representantes del lujo internacional continúan sirviendo de reclamo para firmas nacionales e internacionales que buscan encontrar su espacio en esta exclusiva vía prime de París.

Atraídas por su encanto, incluso firmas de renombre de la alta costura como la legendaria casa de moda parisina Alaïa, que no precisan de ubicación para atraer al público, han cedido este año al atractivo de Saint-Honoré.

Diversos movimientos estratégicos que han dado lugar a reubicaciones y grandes ampliaciones, el aterrizaje de marcas jóvenes y sorprendentes salidas están conformando un nuevo panorama en el corazón del retail de alta gama de la ciudad de la luz. ◇

STILL ENTICING DESPITE UNCERTAINTY

With moderate growth that translated into a GDP increase of just 0.9% in 2023, Paris is undergoing a period of economic uncertainty still affected by high public debt.

Even so, the glitz and glamour of the French capital remain a draw for visitors and brands. International tourists again filled the streets of Paris, their numbers increasing 22%, and demand for retail premises keeps rising, especially in tourist areas.

Top among them is the vital Rue Saint-Honoré, which trended highly dynamic for the third year running. Its privileged location, appeal to tourists and selection of major international luxury firms continue to attract French and international brands in search of space on this exclusive Parisian prime street.

Lured by its charm, even renowned haute couture brands like legendary Parisian fashion house Alaïa, which does not need to rely on location to attract visitors, succumbed this year to the appeal of Saint-Honoré.

A number of strategic relocations and large expansions, the arrival of young brands and surprising departures are shaping a new panorama in the heart of high-end retail in the City of Light. ◇

PARIS

Av. George V

Av. Champs Elysées

Av. Montaigne

Rue de Saint Honoré

ÓPÉRA
MADELEINE

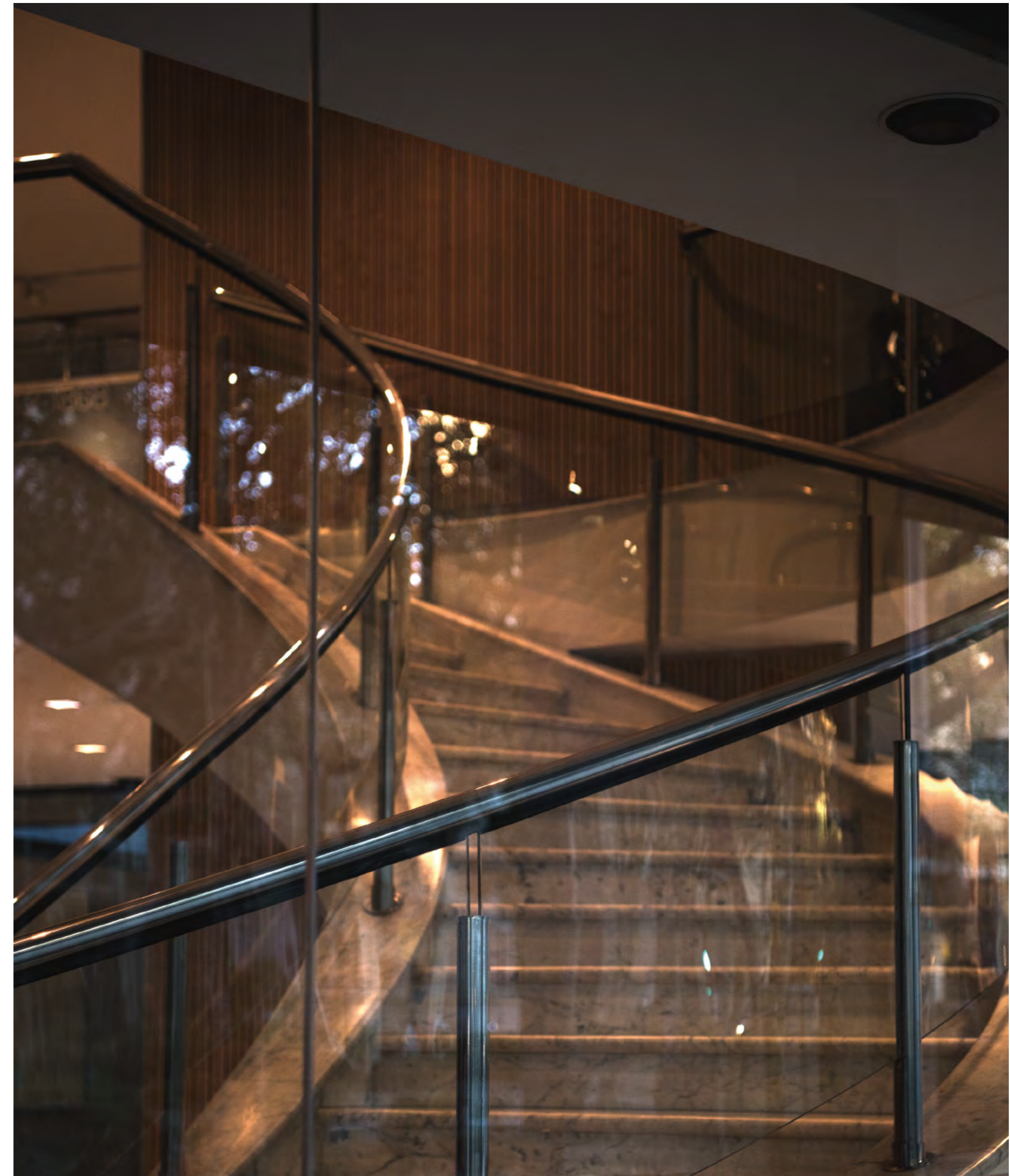
Bd. Saint Germain



ASCANA

EXPANSION

ZONA AREA	CALLE STREET	RENTA MEDIA ANUAL AVERAGE ANNUAL RENT	EVOLUCIÓN DE RENTAS 2020 RENTS EVOLUTION 2020	APERTURAS OPENINGS	TIPOLOGÍA TYPOLOGIES
Triangle d'Or	Av. Champs Élysées	11.000 €	-0,5%	Dior, Icicle, Lacoste, Galeries Lafayette, Nike, Adidas	Prêt-à-porter
	Av. Montaigne	10.800 €			Couture/Prêt-à-porter
	Rue François 1er	5.190 €			Couture/Prêt-à-porter
	Av. George V	4.500 €			Couture/Prêt-à-porter
Saint Germain	Bd. Saint Germain	6.240 €	-0,1%	Arije, Fusalp, BDC, Samsoe & Samsoe, PSG	Prêt-à-porter/Diffusion
	Rue de Sèvres	6.130 €			Prêt-à-porter/Diffusion
	Rue de Rennes	3.950 €			Bridge/Mass market
Opéra / Madeleine	Rue Saint-Honoré	9.850 €	1,0%	Dolce & Gabbana, Canada Goose, Mr & Mrs Italy, Celine, Roger Dubuis, Hervé Chapelier, Graff, Cartier, Qeelin, Gucci, Ikea, Saint Laurent	Couture/Prêt-à-porter
	Rue de la Paix	7.550 €			Couture/Prêt-à-porter
	Place Vendôme	7.550 €			Couture/Prêt-à-porter
	Rue Fabourg Saint-Honoré	8.275 €			Couture/Prêt-à-porter
	Rue Royale	5.200 €			Couture/Prêt-à-porter
Le Marais	Rue des Francs-Bourgeois	5.250 €	0,0%	Eatly, Lululemon, Marc Jacobs	Prêt-à-porter/Diffusion
	Rue de Rosiers	4.550 €			Prêt-à-porter/Diffusion
	Rue Vieille du Temple	3.070 €			Prêt-à-porter/Diffusion



RUE SAINT-HONORÉ

EXCESIVO DINAMISMO

El lujo y la elegancia de París toman forma en la Rue Saint-Honoré, paraíso del glamour ubicado en el corazón de la moda parisina.

Atravesando el distrito 1 de la ciudad de la luz, desde la Place Vendôme hasta la Place de la Concorde, la exclusiva oferta comercial de Rue Saint-Honoré acoge icónicas casas de moda, exclusivas boutiques de moda alta gama, tiendas de arte y joyerías de lujo que deslumbran entre los edificios de arquitectura clásica y los adoquines medievales.

Con un crecimiento del 2,5%, Rue Saint-Honoré ostenta una renta media de 9.850€/m² y la disponibilidad se establece en el 4,4%.

Durante 2023, ha sorprendido el gran dinamismo que se ha vivido en Rue Saint-Honoré. Las diversas salidas y entradas de marcas están configurando un nuevo escenario en las aceras de esta vía prime.

Uno de los grandes movimientos del año ha sido la adquisición por parte del Grupo Kering del edificio de siete plantas situado en el número 235 de Rue Saint-Honoré donde anteriormente se ubicaban los locales comerciales de Annick Goutal, Alexandre de Paris, Restaurante Le Castiglione y Pierre Marcolini. Con la salida de estas marcas Kering ocupará todo el espacio para una nueva tienda insignia de Gucci de casi 8.000m², a dónde la firma se trasladará desde el número 2.

Otro interesante movimiento ha sido la reubicación, en busca de un mejor posicionamiento, de Alexander McQueen que se ha trasladado del número 275 al 312.

Junto a firmas como Vacheron Constantin o Pierre Hardy, entre los recién llegados a la principal calle comercial parisina encontramos nuevas marcas como Dita o Valextra Milano así como la icónica maison de moda parisina Alaïa que aterriza en el número 13.

Entre las salidas destaca el cierre de Maje en el número 267, Furla que ha dejado el 414 o &Other Stories que deja disponible el 277. ◇

EXCESSIVELY DYNAMIC

The luxury and the elegance of Paris coalesce on Rue Saint-Honoré, a paradise of glamour located in the heart of Parisian fashion.

Running across the 1st arrondissement from Place Vendôme to Place de la Concorde, the exclusive retail offerings of Rue Saint-Honoré include iconic fashion houses, chic high-end fashion boutiques, art stores and luxury jewelers, punctuated by classical architecture and medieval cobblestones.

Up 2.5%, rents on Rue Saint-Honoré average €9,850/sqm, and the availability stands at 4.4%.

2023 saw a surprising amount of activity on Rue Saint-Honoré. Brand departures and arrivals are setting a new scene on the pavements of this prime street.

One of the largest movements of the year was the purchase by Kering Group of the seven-story building at number 235, which formerly housed the retail premises of Annick Goutal, Alexandre de Paris and Pierre Marcolini as well as the Le Castiglione restaurant. Following the departure of these brands, Kering will occupy the entire space and open a new, nearly 8,000-m² Gucci flagship store, to which the firm will move from number 2.

Another interesting transaction was the relocation of Alexander McQueen from number 275 to 312 in search of better positioning.

In addition to brands like Vacheron Constantin and Pierre Hardy, other newcomers to the city's main shopping street include Dita and Valextra Milano as well as the iconic Parisian fashion house Alaïa, which opened at number 13.

Noteworthy departures include the closure of Maje at 267 and exits by Furla, which vacated number 414, and &Other Stories, which freed the space at number 277. ◇

RENTA ANUAL m²
YEARLY RENT per sqm

9.850€

OPERACIONES
TRANSACTIONS

11

NUEVAS MARCAS
NEW BRANDS

11

RENTABILIDAD
YIELD

2,5%

Referencias comerciales
Commercial references

Channel, Chloé,
Dior, Goyard,
Acne Studios,
Alaïa, Gucci

PARIS > RUE SAINT-HONORÉ



Ferragamo	46		
RUE D'ANJOU			
Biondini Paris	42		
Hotel de Castiglione	40		
Jitrois	29	29	
Saint Laurent	29	29	
Yves Salomon	38	27	
→ Majestic // × Stefano Ricci	36		
Bloch	36	25	
Canali	34		
Disponible	34		
Disponible	34		
Givenchy	32		
Hermès	28	17-21	
	24	17	
RUE BOISSY D'ANGLAS			
Disponible × // Alaïa ←	13		
Sergio Rossi × // Vacheron Constantin ←	11		
Carita	11		
Berluti	9		
Moncler	7		
Panerai	5		
Dolce & Gabbana	3		
Dolce & Gabbana	3		
Dolce & Gabbana	3		
Miu Miu	1		
Audemars Piguet	15		
RUE ROYALE			
Canada Goose	16		
Vilobrequin	281		
Tumi	281		
Michael Kors	279		
& Other Stories × // Disponible ←	277		
Alexander McQueen × // Disponible ←	275		
Valentino	273		
RUE SAINT FLORENTIN			
Longchamp	271		
Mbef	271		
Chronopassion	271		
Sandro	269		
Sandro	267		
Maje × // Valextra ←	267		
Fendi	265		
Iglesia	263		
RUE DU CHAVALIER DE SAINT-GEORGE			
Wempe	16		
Lancaster	422		
Galerie Colette Dubois	420		
Aquazzura	420		
Mackage	418		
Goossens	416		
Braccialini	416		
→ Dupont // × Furla	414		
Tory Burch	412		
Max Mara	408		
RUE DU CHAMP			
Longchamp	404		
Longchamp	402		
→ Disponible // × Aux Délices de Manon	400		
Christian Louboutin	400		
Anne Fontaine	396		
Disponible	394		
Loewe	392		
Hervé Chapelier	390		
Celine	390		
Celine	390		
RUE DUPHOT			
Chanel	382		
Chanel	380		
RUE CAMBON			
Burberry	261	378	
Jimmy Cho	259	374	
Balmain	259	372	
Obras × // Dita ←	257		
Obras × // Dita ←	255		
Moschino	255		
Linéa Più	253		
Chloé	253		
Ports 1961	251		
Hotel Mandarin Oriental	251		
Versace	249		
David Yurman	245		
JM Weston	243		
Yves Salomon	243		
Disponible × // Buccellati ←	241		
Buccellati	237		
Graff	237		
RUE DE CASTIGLIONE			
Annick Goutal × // Gucci ←	14		
Alexandre de Paris × // Gucci ←	235		
Restaurant Le Castiglione × // Gucci ←	235		
Pierre Marcolini × // Gucci ←	235		
Goyard	233		
Miller	233		
Giuseppe Zanotti	233		
Stella McCartney	231		
Lydia Courteille	231		
Marni	231		
Church's	229		
Disponible × // Gucci ←	229		
Disponible × // Hervé Chapelier ←	229		
Richard Grand	229		
Diesel	223		
Paul Smith	223		
Chiristofle	221		
Hotel	221		
RUE D'ALGER			
Acne Studios	219		
Société Générale	219		
Disponible × // Pierre Hardy ←	217		
Palm Angels	217		
Ba&sh	215		
Theory	215		
RUE DU 29 JUILLET			
Yves Saint Laurent	231		
Dior Parfums	326		
→ Parfums de Marly // × Clergerie	326		
Pellat Finet	326		

TRAMO ALTO / HIGH SECTION				
RENTA MEDIA AVERAGE RENT	Nº LOCALES N. PREMISES	APERTURAS OPENINGS	RENTABILIDAD YIELD	DISPONIBILIDAD AVAILABILITY
9.850 €/m ² Annual / Yearly	158	11	2,5 %	4,4%

PLACE VENDÔME



MODERADO CRECIMIENTO ECONÓMICO

La desaceleración de la economía global, el aumento de la inflación y la guerra en Ucrania han impactado fuertemente en la economía Italiana que durante 2023 sólo ha experimentado un crecimiento del PIB del 0,9%, muy por debajo del 3,8% del año anterior.

DESTINO TURÍSTICO POR EXCELENCIA

Con un incremento del 80% de turistas internacionales respecto a 2022, Italia se consolida como uno de los destinos turísticos más fuertes de Europa, recuperando su esplendor e impulsando el crecimiento del comercio y el consumo en sus principales capitales.

LA ALTA DEMANDA DISPARA LAS RENTAS

La fuerte demanda de espacio comercial por parte de marcas tanto nacionales como internacionales, unida a la escasez de locales disponibles en las zonas prime, ha alzado los precios de las rentas con crecimientos de entre un 3% y un 6,4% en las principales calles comerciales de Roma y Milan.

FOCO DEL LUJO

Referente para los amantes de la moda de todo el mundo, el atractivo de las principales calles de las capitales italianas atrae cada año a las marcas más exclusivas. Jil Sander, Valentino, Moschino, Cartier, Breitling, Swarovsky, Bottega Veneta, TAG Heuer, Panerai, IWC o Falconeri son algunas de las firmas de alta gama que han llegado este año a las prime italianas. ◇

MODERATE ECONOMIC GROWTH

The slowing global economy, increasing inflation and the war in Ukraine had a marked impact on the Italian economy in 2023. The country's GDP for the year grew just 0.9%, well below the 3.8% increase the year prior.

TOURIST DESTINATION PAR EXCELLENCE

Italy saw an 80% increase in international tourists over 2022, consolidating itself as one of Europe's strongest tourist destinations, recapturing its splendor, and driving the growth of retail and consumption in its major cities.

HIGH DEMAND DRIVING UP RENT PRICES

The strong demand for retail space from both Italian and International brands, together with the highly limited availability of premises in prime areas, has pushed rental prices up between 3% and 6.4% on the main shopping streets of Rome and Milan.

FOCAL POINT FOR LUXURY

A point of reference for fashion lovers the world over, the appealing main streets in Italy's major cities continue to attract the most exclusive brands year after year. Jil Sander, Valentino, Moschino, Cartier, Breitling, Swarovski, Bottega Veneta, TAG Heuer, Panerai, IWC and Falconeri are just some of the high-end brands to open shop on the Italian prime streets this year. ◇

ITALY



Tras consolidar en 2022 su recuperación económica tras la pandemia, el motor económico de Italia ha continuado creciendo durante el último ejercicio. Con un crecimiento del PIB de un 3,5% (frente al 0,9% de Italia), la ciudad más rica del Belpaese florece de nuevo.

Con cerca de 12 millones de turistas, un 70% internacionales, recorriendo las históricas calles de la ciudad, la demanda de locales comerciales ha aumentado de manera destacada en el último año. Las firmas de lujo y las marcas internacionales combaten por encontrar su espacio en su "milla de oro", donde la alta costura y la moda siguen manteniendo su cuna.

2023 ha sido un año lleno de dinamismo en las calles de Milán, registrando un total de 73 operaciones. 47 nuevas marcas han aterrizado en los principales ejes de la capital de la moda, salvo en Via Dante, donde no se han registrado entradas. Entre ellas destacan firmas como Valentino, Swarovsky, TAG Heuer, Panerai, IWC, Burberry o Jaeger-LeCoultre.

La disponibilidad de locales en las vías prime de Milán se establece en una media de 8,47%. La mayor disponibilidad la encontramos en Via Manzoni, con un 16,9% seguida de Via Dante con un 12,5%, y Via della Spiga con 9%. La calle con menor número de locales disponibles es la exclusiva Corso Venezia. ◊

After solidifying its post-pandemic economic recovery in 2022, Milan, Italy's economic engine, continued to grow last year. Its GDP grew 3.5% (vs. 0.9% for Italy as a whole), and the richest city in the Belpaese is again flourishing.

With nearly 12 million tourists roaming the city's historic streets, 70% of them from abroad, the demand for retail premises has increased significantly over the last year. Luxury brands and international retailers are grappling to find space on its "golden mile," the enduring cradle of haute couture and fashion.

Milan's streets saw a very active 2023, with a total of 73 transactions. Some 47 new brands were welcomed on the city's main high streets, with the exception of Via Dante, which saw no new arrivals. These include brands like Valentino, Swarovski, TAG Heuer, Panerai, IWC, Burberry and Jaeger-LeCoultre.

The availability of premises on Milan's top streets now stands at an average of 8.47%. The availability is highest on Via Manzoni (16.9%), followed by Via Dante (12.5%) and Via della Spiga (9%). The street with the lowest number of available premises is the exclusive Corso Venezia. ◊

MILAN



ZONA AREA	STRADA STREET	CANONE MEDIO ANNUO AVERAGE ANNUAL RENT	ANDAMENTO DEI CANONI 2018-2019 RENTS EVOLUTION 2018-2019	APERTURE OPENINGS	TIPOLOGIA TYPOLOGIES
Vittorio Emanuele II		13.900 €	3,0%	Marville, Armani Exchange, Signorvino, Lama Optical, Carpisa, Wyon Cosmetics, Miriade	Mass-market/Prêt-à-porter
	Montenapoleone	16.000 €		Marni, Berluti, Harry Winston	Couture/Prêt-à-porter
Quadrilatero	Sant 'Andrea	7.450 €	4,2%	Thom Browne, La Double J, Chanel, Moreschi, Kiton	Couture/Prêt-à-porter/ Diffusion
	Via della Spiga	5.850 €		Swilling, Atelier Spiga 50, Barbara Davide, Marina C, Gmt, Mandelli, Prototipo Studio, Ralph Lauren, Busatti	Diffusion
	Corso Venezia	6.550 €		Tooa	Diffusion/Bridge/Mass-market
	Via Manzoni	4.450 €		Locmanitalia, Pal Zieri, Angelo Galasso, Brookfield, Xerjoff, Gerardo Sacco, Officina Bernardi, Domusnova, Moreschi, Fendi Casa	Diffusion/Bridge
Via Dante		3.425 €	3,8%	Anna Vergili, Blumelange Cahsmere, Five Guys, Rom Antica Pizzeria, Cuore Italiano, Hard Rock Cafe	Bridge/Mass-market
Corso Buenos Aires		3.300 €	3,1%	Antony Morato, Facile.It, Sloggi, Venchi, Stefanel, Carillo Home, Bleu Libellule, Atipici, Lama Optical, Giochi Preziosi, Buga Bags, Fusaro, Elros, A-Men, Petit Bateau, Just in Case, Anna B, Two Way, Lush, La Bottega del Tartufo, Thun, Nike, Masion du Monde, La Esse, Enel, Pitador, Natura, Kebhouse	Bridge/Mass-market





VITTORIO EMANUELE II

LA JUGUETERÍA MÁS ANTIGUA DEL MUNDO LLEGA A ITALIA

El imponente Duomo di Milano, la catedral gótica de Milán, sirve como majestuoso telón de fondo para el inicio de la calle Vittorio Emanuele II, una de las arterias comerciales más importantes de la ciudad.

Desde la Piazza Duomo hasta la Piazza San Babila, Vittorio Emanuele II conecta algunos de los lugares más emblemáticos de Milán en un paseo peatonal donde las marcas de moda italianas e internacionales tienen una presencia destacada, convirtiéndola en un destino esencial para el lujo europeo.

Vittorio Emanuele II mantiene su puesto como la segunda calle más cara de Milán, con una renta media anual de 13.900€/m², lo que supone un incremento del 3% respecto al ejercicio anterior.

Entre las operaciones que han tenido lugar este año destaca el estratégico movimiento de Swarovsky, que ha cerrado su tienda ubicada en Via Dante, y utilizará los locales hasta el momento ocupados por Inglot y Sanpietro Caffee' en el número 15 de Vittorio Emanuele II para abrir próximamente su nueva boutique de 200m².

Destacan también las aperturas de la primera tienda en Italia de Hamleys, la juguetería más antigua del mundo, en el número 38, Avirex que aterriza en el 36, Salvini, que llega al número 34 o Reserved que se instala en el local de 250m² en Vittorio Emanuele II 40.

David Naman, Marville, Pull & Bear o Celio son algunas de las firmas que han dejado la calle durante este ejercicio en el que la disponibilidad se establece en un 7,9%. ◊

THE WORLD'S OLDEST TOY STORE COMES TO ITALY

The impressive gothic Duomo de Milano cathedral acts as a majestic backdrop for the start of Vittorio Emanuele II, one of the city's most important commercial thoroughfares.

A pedestrian promenade extending from Piazza Duomo to Piazza San Babila, Vittorio Emanuele II connects some of the most emblematic locations in Milan. Here, Italian and international fashion brands have a prominent presence, making it an essential destination for European luxury.

Vittorio Emanuele II has held onto its position as the second most expensive street in Milan. Its rents average an annual €13,900/sqm, a 3% increase versus the prior year.

Especially noteworthy among the transactions that took place this year was the strategic move by Swarovski, which closed its store on Via Dante and will soon open a new 200-m2 boutique in the premises previously occupied by Inglot and Sanpietro Caffè at Vittorio Emanuele II 15.

It is also worth mentioning the openings of the first Italian store of Hamleys, the world's oldest toy store, at number 38; Avirex at number 36; Salvini at number 34; and Reserved, which took up in 250sqm premises at Vittorio Emanuele II 40.

David Naman, Marville, Pull & Bear and Celio all abandoned the street over the year, leaving the availability at 7.9%. ◊

CANONE ANNUO PER m²
YEARLY RENT per sqm

13.900€

OPERAZIONI
TRANSACTIONS

8

NUOVE MARCHE
NEW BRANDS

5

RENDITA
YIELD

2,7%

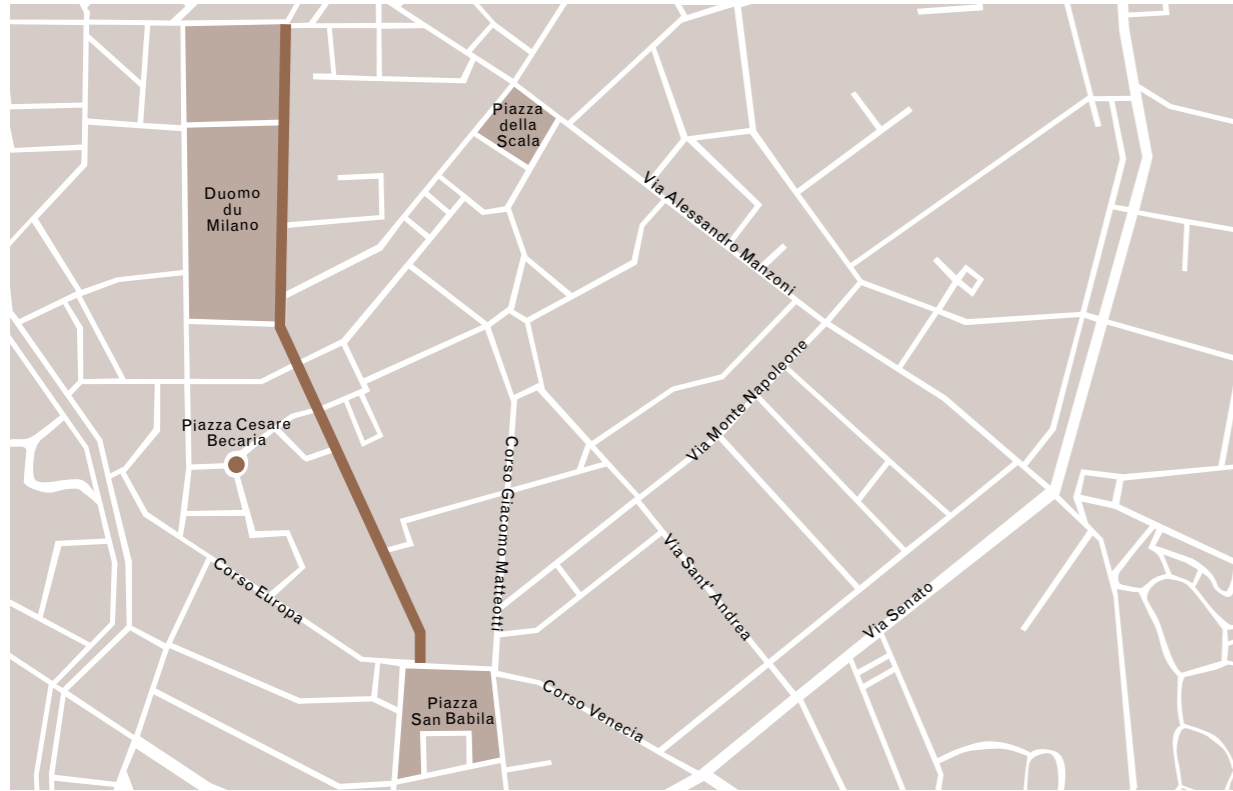
Marchi di riferimento
Commercial references

Sephora, Michael Kors, Swarovski, Tiffany&Co





MILAN > VITTORIO EMANUELLE II



PIAZZA SAN BABILA

- Diesel
- Galleria Passarella
- Five Guys
- Marville x // Bar Sancarolo al Due ←
- PIAZZA SAN CARLO
- Lama Optical
- Swatch
- David Naman x // Avirex ←
- Cocchinelle
- PASSAGGIO
- Swarovski
- VIA S. PIETRO ALL'ORTO
- Zara Uomo
- Ingresso Civico N. 13
- Ingresso Civico N. 11
- Zara
- Calzedonia
- Ingresso Civico N. 9
- United Colors Of Benetton
- Galleria De Cristoforis
- Max Mara
- Max&Co.
- PASSAGGIO
- Penny Black
- iBlues
- Marella
- Marina Rinaldi
- VIA SAN PAOLO
- Intimissimi
- Disponibile
- Celio x // MaxMara Weekend ←
- Tissot
- Nike
- VIA AGNELLO
- & Other Stories
- Ingresso Civico N. 1
- Disponibile x // Swarovky ←
- Sundek
- Ingresso Civico N. 3
- Furla

- Sisley
- Urban Outfitters
- Galleria Passarella
- Armani Exchange
- Geox
- Twin - Set
- Luisa Spagnoli
- Galleria San Carlo
- Michael Kors
- Pinko
- Atelier Eme'
- Liu Jo
- VIA PASSARELLA
- Foot Locker
- Disponibile
- Hamleys // x Disponibile
- Adidas
- Tezenis
- Reserved // x Pull&Bear
- Sephora
- Ingresso Civico N. 22
- Bar Le Tre Gazzelle
- Bershka
- Galleria Del Corso
- Mango
- VIA PASSARELLA
- Victoria's Secret Building
- Kiko
- Motivi
- Golden Point
- Solaris
- Yamamay
- VIA CESARE BECCARIA
- Carpisa
- Wycon Cosmetics
- Nara Camicic
- Libero
- Bar Madonnina
- VIA PATTARI
- Alcott
- Miriade
- Falconeri
- Intimissimi
- Football Team
- BYD →
- Od Store x
- Lush

- VIA SANTA REDEGONDA
- Rinascente
- VIA SAN RAFFAELE
- H&M
- Rocca
- VIA UGO FOSCOLO
- Tiffany&Co
- Il Mercato De Duomo
- Motta
- Galleria Vittorio Emanuele II
- Camparino
- Currado
- Grimoldi
- Ingresso Civico N. 21
- Disponibile x // Salvini ←
- Farmacia
- VIA SILVIO PELLICO
- Davis x // Disponibile ←
- Cielo
- Ingresso Civico N. 19
- Banca Cesare Ponti
- VIA MENGONI

TRAMO ÚNICO / SINGLE SECTION

CANONE MEDIO AVERAGE RENT	N. LOCALI N. PREMISES	APERTURE OPENINGS	RENDITA YELD	DISPONIBILITÀ AVAILABILITY
13.900 €/m ² Annual / Yearly	78	7	2,7%	7,9%

En un año marcado por la inflación, que se situó en el 8,1%, la economía en Roma durante este ejercicio se ha mantenido estable, con un crecimiento moderado de apenas el 0,6%. El turismo, que atrajo a 14.7 millones de visitantes durante 2023 y el comercio siguen siendo los principales motores de la economía de la ciudad.

La calidad de las ubicaciones y la gran afluencia de turistas continúa provocando que la demanda de locales comerciales en los principales ejes prime de Roma siga siendo alta, lo que ha provocado un aumento medio de las rentas de un 4,2%.

Via dei Condotti, con una renta media de 13.500€/m² se mantiene como la vía prime con la renta más alta de la capital italiana mientras que Cola di Rienzo con 3.525€/m² es la más asequible.

53 nuevas firmas han aterrizado en las prime romanas durante 2023. Entre ellas destacan Jil Sander, IWC Schaffhausen, Breitling, Tommy Hilfiger o Uniqlo, que abrirá sus puertas en 2024 en Via del Corso.

Las reubicaciones y ampliaciones en busca de un mayor espacio expositivo también han marcado el ejercicio. Moschino, Cartier, Bottega Veneta, Sisley, Salmoiraghi & Viganò o Maje son algunas de las firmas que han apostado por movimientos estratégicos en las prime romanas. ◇

In a year that saw 8.1% inflation, the economy of Rome remained stable, growing a moderate 0.6%. Tourism, which attracted 14.7 million visitors in 2023, and commerce remain the primary drivers of the city's economy.

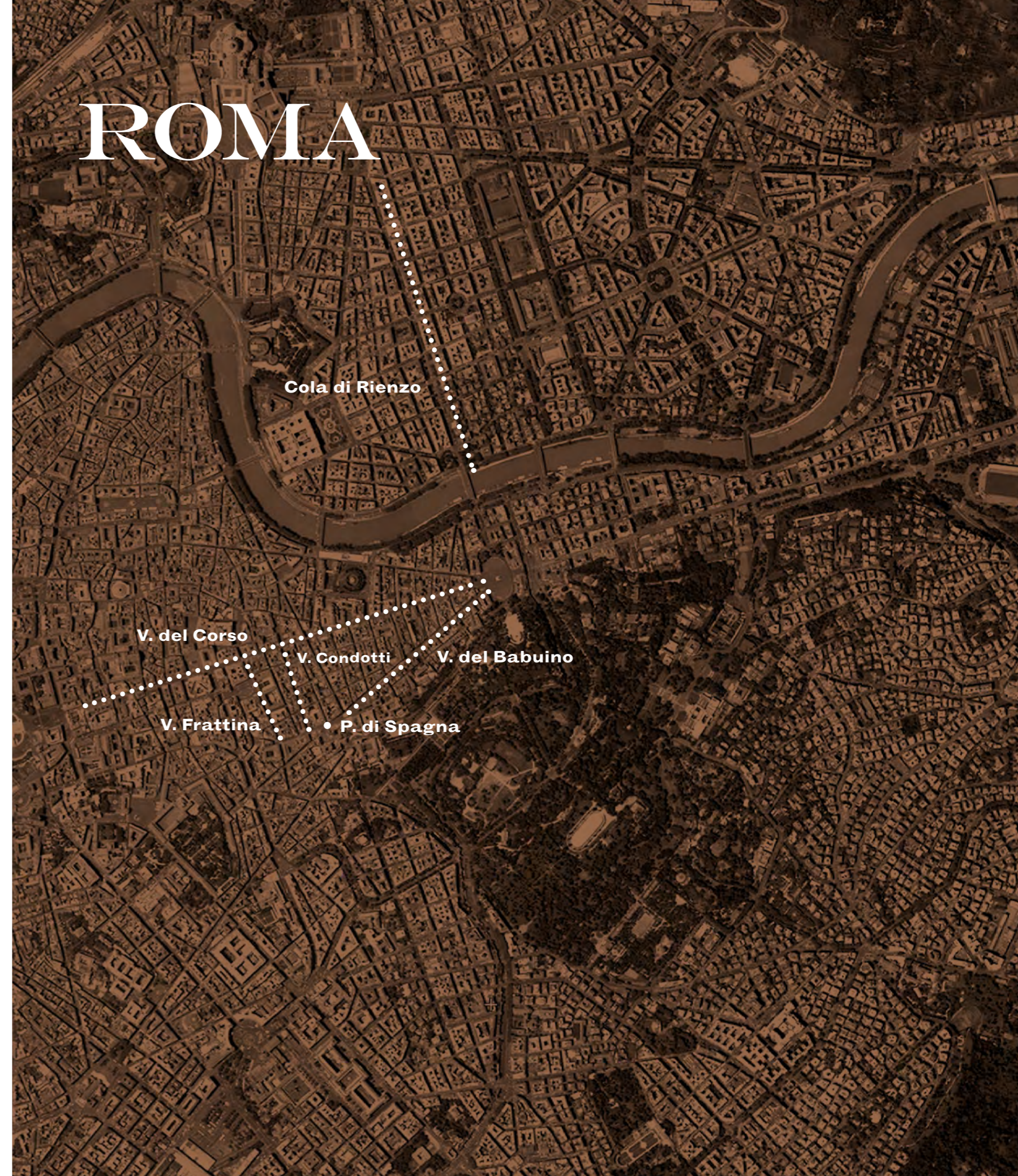
Given the quality of the locations and significant tourist traffic, the demand for retail premises on Rome's prime streets is still high. This has caused average rents to increase 4.2%.

Via dei Condotti, where rents average €13,500/sqm, continues to be the most expensive prime street in the Italian capital. Cola di Rienzo, at €3,525/sqm, is the most affordable.

A total of 53 new firms came to the Roman high street in 2023. Noteworthy among them are Jil Sander, IWC Schaffhausen, Breitling, Tommy Hilfiger and Uniqlo, which will open in 2024 in Via del Corso.

The year was also characterized by relocations and expansions in search of larger sales spaces. Moschino, Cartier, Bottega Veneta, Sisley, Salmoiraghi & Viganò and Maje are some of the brand that carried out strategic movement on Rome's high street. ◇

ROMA



Cola di Rienzo

V. del Corso

V. Condotti

V. del Babuino

V. Frattina

P. di Spagna

ZONA ZONE	CANONE MEDIO ANNUO AVERAGE ANNUAL RENT	ANDAMENTO DEI CANONI 2018-2019 RENTS EVOLUTION 2018-2019	APERTURE OPENINGS	TIPOLOGIA TYPOLOGIES
Via Dei Condotti	13.500 €	5,5%	Brunello Cucinelli, Paul&Shark, Gioielleria	Couture/Prêt-à-porter
Piazza di Spagna	6.125 €	6,5%	Boutique Central, Bruno Calo, Class, Lianza, Mia Bag, Colmar, Dario Modena, Biancalancia	Bridge/Prêt-à-porter
Via del Babuino	5.700 €	3,6%	Gallo, Lxry, Temporary, Rubino Kids	Couture/Prêt-à-porter
Via del Corso	6.050 €	2,5%	Guerrini Bistrot, Equivalenza, Touch & Go, Mc2 Saint Barth, Subdued, Just in case, Suite Benedict, Dodo, Swatch, T.Tissot, La Casa de las Carcasas, Nero Giardini, Armani Exchange, Apple, Doppleanger, Pure Italian Lifestyle	Bridge/Prêt-à-porter
Via Frattina	5.700 €	3,6%	Gallo, Lxry, Temporary, Rubino Kids	Couture/Prêt-à-porter
Cola di Rienzo	3.525 €	3,7%	Walter Bay, Wind 3, Equivalenza, Callipo 1913, Patrizia Pepe, Max & Co, Dixie, Sephora, Intimissimi, Fielmann	Couture/Mass Market



LA ECONOMÍA SUPERA LAS EXPECTATIVAS

Durante 2023, la economía española ha tenido un buen desempeño, con un crecimiento del PIB del 2,4%, por encima de la media de la eurozona, que se situó en el 1,6%. El buen comportamiento de la economía española se debe a varios factores, entre ellos la recuperación del turismo, el crecimiento de las exportaciones y el aumento del gasto público. El consumo, que ha crecido un 2,7%, la inversión, que ha aumentado un 2,5% y un descenso del desempleo situado en 12,8% en los últimos meses del año, también han contribuido positivamente.

EL TURISMO INTERNACIONAL SE DISPARA

La recuperación del turismo internacional, con un crecimiento del 18,2% respecto al año anterior, ha impulsado el sector. Durante el 2023, España recibió 85 millones de turistas internacionales, principalmente de países europeos como Reino Unido, Francia y Alemania, que gastaron en total 110.000 millones de euros, lo que supone un aumento del gasto turístico del 24,2% con respecto al 2022. Se trata de las mejores cifras de turistas y gasto registradas en España desde antes de la pandemia de COVID-19. Cataluña, Islas Baleares y Canarias han sido los destinos preferidos para los turistas internacionales durante este año.

CIFRAS POSITIVAS PARA HOSTELERÍA Y RETAIL

La recuperación total del turismo internacional ha impactado de manera directa en la hostelería, que ha experimentado un crecimiento del 9,2%. Este buen desempeño también se ve reflejado en el aumento del número de establecimientos hosteleros, que se estima que este año ha llegado a alcanzar los 360.000.

El aumento del consumo y de la demanda de productos de lujo también ha impulsado el sector *retail*, que durante 2023 ha alcanzado un crecimiento de la facturación del 11,2% con respecto al año anterior. Moda, con un crecimiento del 12%, alimentación y bebidas con el 10% y hogar y electrónica con un 8% son los sectores que han obtenido un mejor desempeño. ◇

THE ECONOMY EXCEEDS EXPECTATIONS

In 2023, the Spanish economy did well, its GDP growing 2.4%, a figure above the Eurozone average of 1.6%. This good performance owes to several factors, including the recovery of tourism, growth in exports and an increase in public spending. Consumption, which grew 2.7%; investment, which increased 2.5%; and a decline in unemployment to 12.8% in the final months of the year also contributed positively to the situation.

INTERNATIONAL TOURISM SOARS

Recovering international tourism, which grew 18.2% year on year, has been a boon to the sector. In 2023, Spain received 85 million international tourists, hailing primarily from European countries like the United Kingdom, France and Germany. Together, they spent a total of 110,000 million euros, an increase in tourist spending of 24.4% versus 2022. These were the best tourism and spending figures seen since before the COVID-19 pandemic. Catalonia, the Balearic Islands and the Canary Islands were the preferred destinations for foreign tourists this year.

POSITIVE FIGURES IN HOSPITALITY AND RETAIL

The total recovery of international tourism had a direct impact on the hospitality industry, which grew 9.2%. This good performance is also reflected in an increase in the number of hospitality establishments, which ascended to 360,000 this year.

The increase in consumption and demand for luxury products also boosted the retail sector, whose overall turnover climbed 11.2% year on year in 2023. Fashion, which grew 12%; food and beverage, up 10%; and home furnishings and electronics, up 8%, were the best performing sectors.



LA AUSENCIA DE DISPONIBILIDAD COMPLICLA LA ENTRADA DE NUEVOS OPERADORES

El turismo impulsa el crecimiento. Con un crecimiento del PIB del 2,4%, Barcelona ha vivido un año de esplendor recuperando totalmente su estatus como uno de los principales centros turísticos, culturales e históricos de España. El consumo, impulsado por el aumento de la confianza de los consumidores y el regreso del turismo internacional, ha dejado cifras positivas en el *retail*, la hostelería, la restauración, el ocio y la cultura barcelonesas.

Escasísima disponibilidad en las zonas prime. El apetito del lujo internacional por las principales calles de la capital catalana se ha visto frustrado este año por una escasísima disponibilidad, que ha descendido en todas las vías prime a excepción de Portal de l'Àngel, Plaça Catalunya y el tramo par bajo de Diagonal. Aferradas a sus privilegiadas ubicaciones, numerosas marcas se mantienen inamovibles en las calles *prime* y los locales libres encuentran rápidamente nuevos operadores, convirtiendo a Barcelona en uno de los destinos menos accesibles para el *retail* internacional.

El retail prime, ajeno a los cambios políticos. El interés por el *retail prime* barcelonés se mantiene ajeno a los diversos cambios políticos sucedidos en la ciudad. Al turismo, principal impulsor del comercio en Barcelona, no le afectan las políticas locales ni regionales, tal y como lo demuestra la operación de inversión vivida en Paseo de Gràcia con la compra del Hotel Mandarin o la próxima apertura de nuevos hoteles en las calles *prime* barcelonesas. Ni siquiera la decisión de peatonalizar la calle de Consell de Cent, que trajo consigo una gran preocupación por parte del sector, ha tenido impacto en las cifras positivas de las principales calles comerciales de la ciudad. Por el contrario, este nuevo eje verde se está convirtiendo en un importante boulevard que está afectando positivamente al tráfico de las tiendas de las zonas colindantes.

Las pop up store como estrategia de entrada. La ausencia de disponibilidad está provocando que las marcas busquen nuevas estrategias para alcanzar los principales ejes de la ciudad, como la apertura de tiendas temporales. Rambla Catalunya, Paseo de Gràcia o Pelai son algunas de las calles *prime* que han visto este año la apertura de *pop ups* de numerosas marcas que están aprovechando esta oportunidad tanto para acercarse al público mientras realizan obras de reforma en sus locales insignia como para aterrizar en el prime barcelonés.

La apertura de supermercados marca una tendencia negativa. En el último año hemos visto la llegada de grandes supermercados a calles como Pelai o el tramo bajo de Rambla de Catalunya, una tendencia poco favorable para la calidad y el mix comercial de las calles *prime* catalanas.

Preocupación en los ejes turísticos de Ciutat Vella. Pese al aumento de la calidad de los operadores y el descenso generalizado de la disponibilidad en las calles *prime* de la ciudad condal, los ejes turísticos del distrito de Ciutat Vella están viviendo tiempos turbulentos, principalmente en el barrio del Gòtic con las Ramblas y Portaferrissa como principales afectadas. Portal de l'Àngel se mantiene como la excepción y se consolida como receptora de grandes operadores. ◇

WOULD-BE NEW OPERATORS FRUSTRATED BY LIMITED AVAILABILITY

Tourism drives growth. Barcelona, whose GDP grew 2.4%, experienced a year of splendor, fully recovering its status as one of the main tourist, cultural and historical centers of Spain. Consumption, driven by an increase in consumer confidence and returning international tourism, brought positive increases for retail, hospitality, restaurants, leisure and culture in the city.

Almost no availability in prime areas. International luxury's appetite for the main streets of the Catalan capital was frustrated this year by extremely limited availability, which decreased on all the prime areas except for Portal de l'Àngel, Plaça Catalunya and the even-numbered side of Diagonal. Clinging to their privileged locations, numerous brands are staying put on the prime streets, and free premises quickly find new tenants, making Barcelona one of the least accessible destinations for international retail.

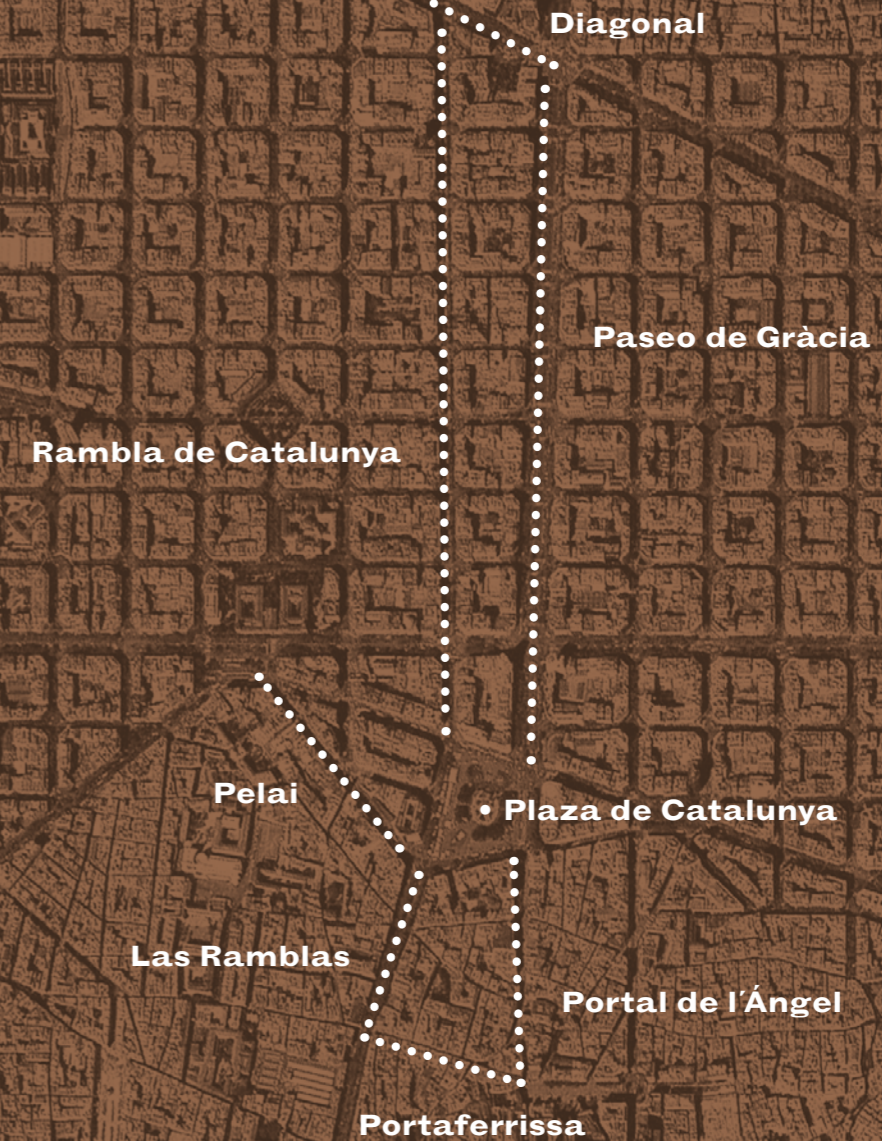
Prime retail ignores political changes. Interest in Barcelona's prime retail locations has not been affected by the various political changes in the city. Tourism, the primary driver of commerce in Barcelona, remains indifferent to local and regional policies, as evidenced by the purchase of the Mandarin Oriental hotel on Passeig de Gràcia, an investment transaction, or a number of upcoming new hotel openings on the city's prime streets. Not even the decision to pedestrianize Consell de Cent, which elicited great concern from the sector, has had an impact on the positive figures of the city's main shopping streets. To the contrary, this new green axis is becoming an important boulevard that is positively affecting the traffic to shops in the surrounding areas.

Pop-up stores as an entry strategy. The dearth of availability is causing brands to look for new strategies to reach the main streets of the city, and this includes opening temporary stores. Rambla Catalunya, Passeig de Gràcia and Pelai were just some of the prime streets to host pop-up stores this year by brands, which leverage the opportunity to raise their profile among the public while they carry out renovations in their main stores or to make their debut on the Barcelona high street.

Supermarket openings a negative trend. In the past year, large supermarkets have come to streets like Pelai or the lower section of Rambla Catalunya. This trend is not particularly favorable for the quality and retail mix of the Catalan high streets.

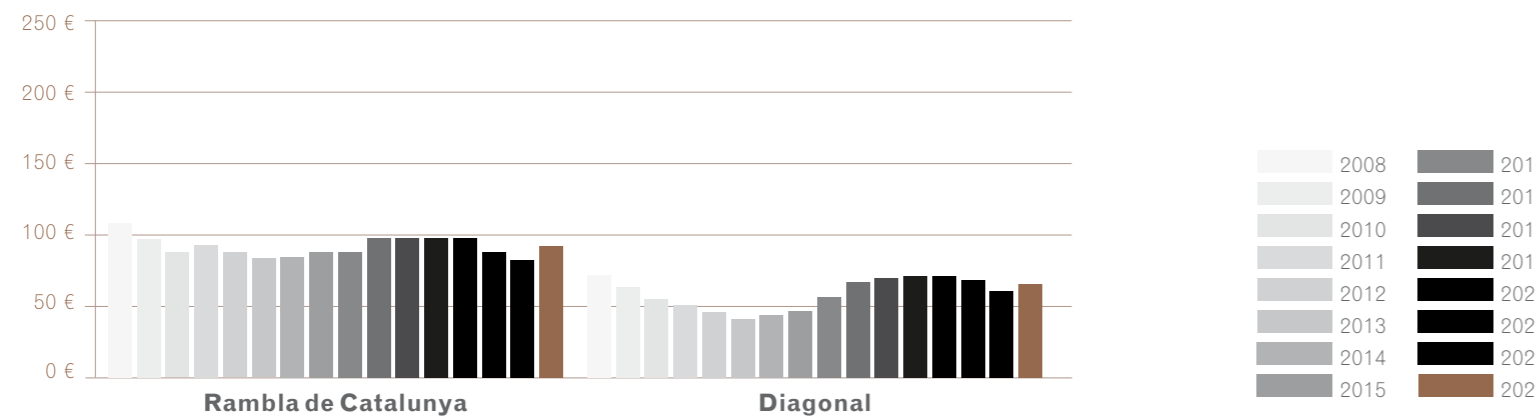
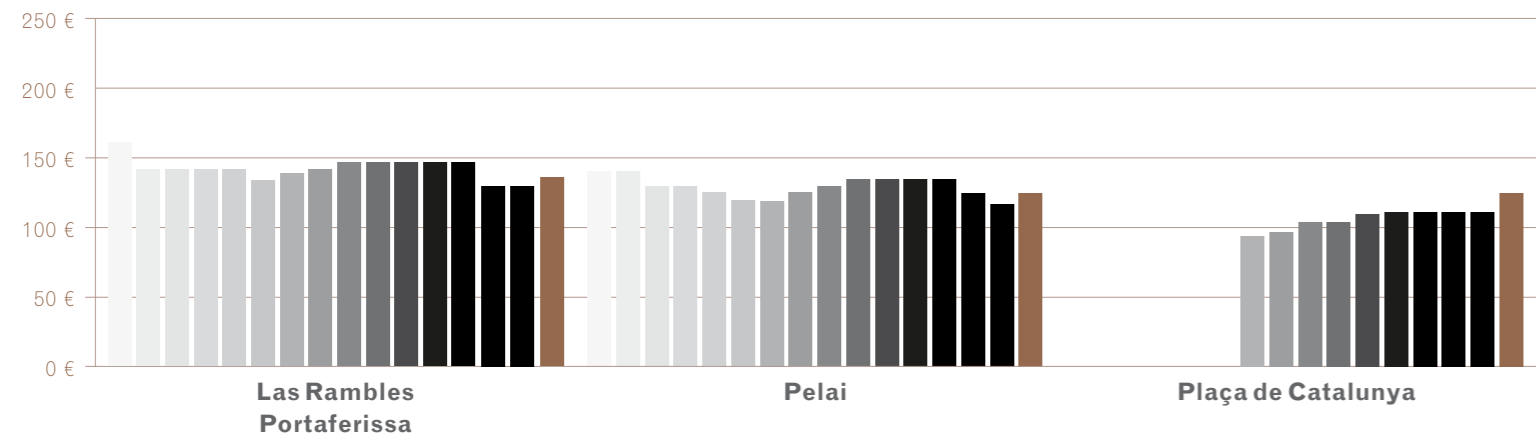
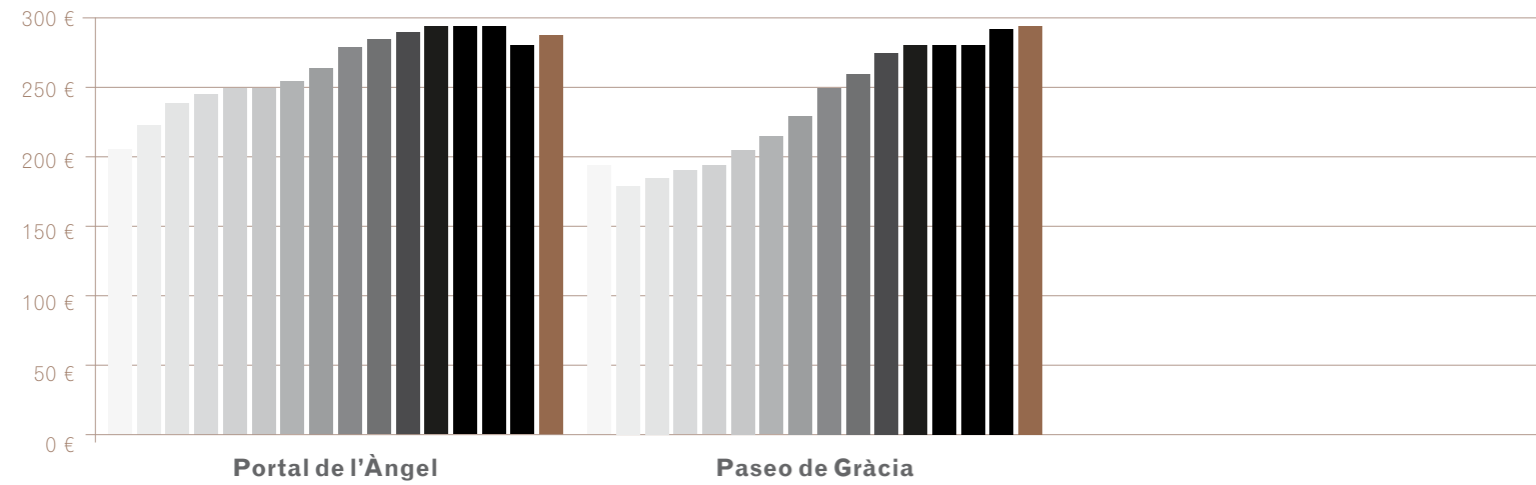
Concern in the tourist hubs of Ciutat Vella. Despite an increase in the quality of the operators and a general decrease in availability on the prime streets of Barcelona, times have been turbulent for the tourist hubs in the Ciutat Vella district, particularly in the Gothic quarter, where Les Rambles and Portaferrissa are the most affected streets. Portal de l'Àngel remains an exception and continues to draw major players. ◇

BARCELONA

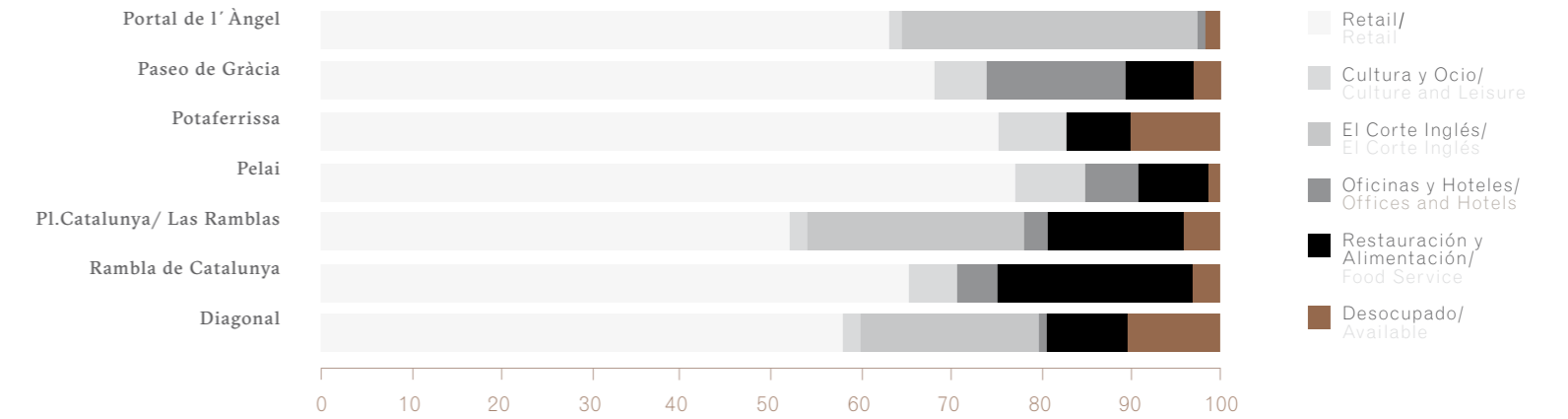


PRINCIPALES INDICADORES COMERCIALES MAIN COMMERCIAL INDICATORS

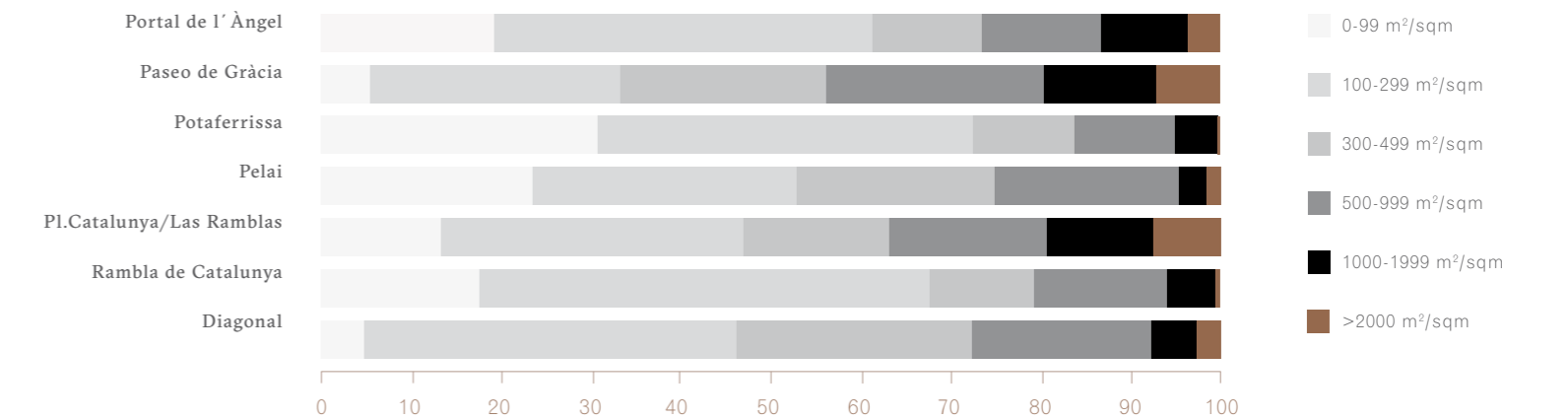
Evolución rentas m²/mes 2008 - 2022 Rents evolution sqm/month 2008 - 2022



% Mix Comercial % Comercial Mix



% Tipología de locales por m² % Typology by sqm



CALLE STREET	RENDA MEDIA MENSUAL AVERAGE MONTHLY RENT	CRECIMIENTO GROWTH	OPERACIONES TRANSACTIONS	NUEVAS MARCAS NEW BRANDS	RENTABILIDAD YIELD
Portal de l'Àngel	264 €	1,04%	8	5	3,70%
Paseo de Gràcia	288 €	0,43%	14	10	3,50%
Pelai	120 €	3,04%	11	8	4,85%
Portaferrissa - Las Ramblas	130 €	3,60%	14	10	4,70%
Plaça Catalunya	117 €	4,00%	0	0	4,80%
Rambla de Catalunya	87 €	3,30%	19	13	4,78%
Diagonal	62 €	4,25%	7	5	5,20%

ÉXITOS ASCANA EN BARCELONA
ASCANA BARCELONA SUCCESSES



ESEOESE — Rambla Catalunya, 81



FALCONERI — Diagonal, 580



ECOALF — Paseo de Gràcia, 27



ESCADA — Rosselló, 220



JIMMY FAIRLY — Argenteria, 8



TUDOR — Paseo de Gràcia, 35

EL LUJO SE POSICIONA EN CANALEJAS

Crecimiento por encima de la media española. Madrid continúa siendo el motor de la economía estatal y la ciudad con mayor crecimiento económico del país. Con un incremento del 2,8% del PIB y un aumento del 6,5% del turismo, la capital mantiene un modelo económico apoyado por el dinamismo del sector servicios, el buen comportamiento del consumo y el empleo.

Esplendor del lujo en Canalejas. Desde la apertura a finales del año pasado de la tienda de Louis Vuitton en la Galería Canalejas, el nuevo complejo comercial madrileño dedicado al lujo sigue sumando nombres a su lista de exclusivos operadores. Durante 2023, la inauguración de boutique más grande de Dior, el regreso a Madrid de Giorgio Armani o la llegada de la primera boutique en España de Jil Sander, que se suman a firmas como Hermès Jimmy Choo o Zegna, confirman el posicionamiento de esta galería como un futuro icono internacional del lujo, la gastronomía, la joyería y relojería.

Los propietarios institucionales conquistan el centro. Desde la compra por parte de Generali Real Estate de Preciados 9 y de la adquisición por parte de la compañía inmobiliaria Hines del número 13 en 2017, los fondos institucionales se están haciendo cada vez más presentes en el centro de Madrid. A firmas como Merlin Properties, propietario del emblemático edificio de la plaza de Callao que ocupa la cadena de distribución Fnac o Invesco, dueño del número 11 de Sol, se unió el año pasado Mutuality de la Abogacía, con la adquisición del número 4 de la calle Preciados y el 9 de Serrano.

El lujo hotelero también se da cita en Madrid. No es posible hablar del lujo en Madrid sin mencionar el sector hotelero donde a emblemas como el Four Seasons Madrid, el Mandarin Oriental Ritz, el Hotel Rosewood Villa Magna o el Hotel The Madrid Edition inaugurado en 2022, y el UMusic Hotel situado junto al histórico Teatro Albéniz, se suman este año nuevos proyectos. La inauguración del primer Hotel JW Marriott de España en el eje Gran Vía-Alcalá, el estado de reforma del Hotel Palace o las futuras aperturas de Nobu Hotel Madrid en la calle Alcalá y del proyecto del Grupo Paraguas en el edificio de Metrópolis consolidan el interés del sector por la capital madrileña.

Peatonalización del eje de Madrid centro. El fin de las obras de mejora de la tradicional Puerta del Sol consolida la peatonalización del eje del centro de Madrid compuesto por las calles Callao, Preciados, Mayor, Carretas, Espoz y Mina, Correos, Carrera de San Jerónimo y Montera, donde Lefties ha inaugurado recientemente una macrotienda de 4.000m² en el número 45.

Esta peatonalización del centro favorecerá sin duda el flujo receptor de la Galería Canalejas y del retail de la zona. ◇

LUXURY TAKES ITS PLACE IN CANALEJAS

Growing faster than the Spanish average. Madrid remains the engine behind the Spanish economy and the city with the highest economic growth in the country. With its GDP and tourism up 2.8% and 6.5% respectively, the capital has maintained an economic model rooted in a dynamic service industry and good performance in consumption and employment.

Luxury splendor in Canalejas. Since the opening late last year of the Louis Vuitton boutique in Galería Canalejas, Madrid's new luxury shopping complex has added even more names to its list of exclusive operators. In 2023, Dior inaugurated its largest boutique, Giorgio Armani returned to Madrid, and Jil Sander opened its first boutique in Spain. These transactions, together with brands like Hermès, Jimmy Choo and Zegna, confirm the gallery's position as a future international icon of luxury, gastronomy, jewelry and watches.

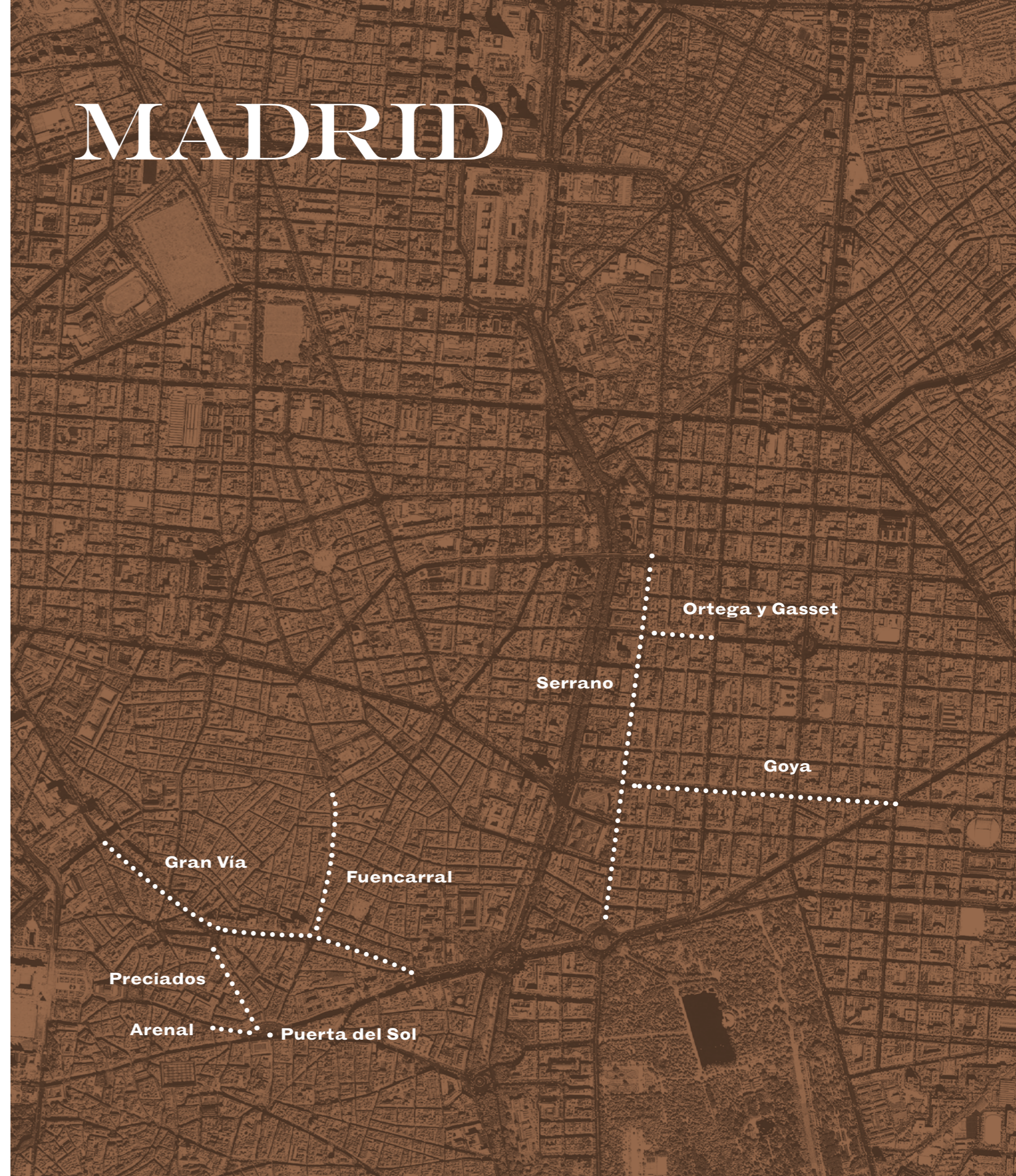
Institutional owners conquer the center. Ever since Generali Real Estate purchased Preciados 9 and real estate company Hines acquired number 13 in 2017, institutional funds have become increasingly present in Madrid's city center. Last year, Mutuality de la Abogacía acquired Preciados 4 and Serrano 9, joining firms like Merlin Properties, which owns the emblematic building in Plaza de Callao housing retail chain Fnac, and Invesco, owner of Sol 11.

Hotel luxury is also taken with Madrid. You can't talk about luxury in Madrid without mentioning the hotel industry, which added new projects this year alongside emblems like the Four Seasons Madrid, the Mandarin Oriental Ritz, the Hotel Rosewood Villa Magna, the Hotel The Madrid Edition, which opened in 2022, and the UMusic Hotel next to the historic Teatro Albéniz. The inauguration of the first JW Marriott in Spain along the Gran Vía-Alcalá axis, the progress renovation work at the Hotel Palace, the future opening of the Nobu Hotel Madrid on Calle Alcalá and the project by the Paraguas Group in the Metrópolis building all show the sector's consolidating interest in the city.

Central Madrid axis is pedestrianized. The road work to improve the traditional Puerta del Sol was completed, culminating the efforts to pedestrianize the central Madrid axis of Callao, Preciados, Mayor, Carretas, Espoz y Mina, Correos, Carrera de San Jerónimo and Montera. In the latter, Lefties recently opened a large 4,000sqm store at number 25.

The fact that the center is now reserved for pedestrians will undoubtedly favor traffic to Galería Canalejas and the other retail in the area. ◇

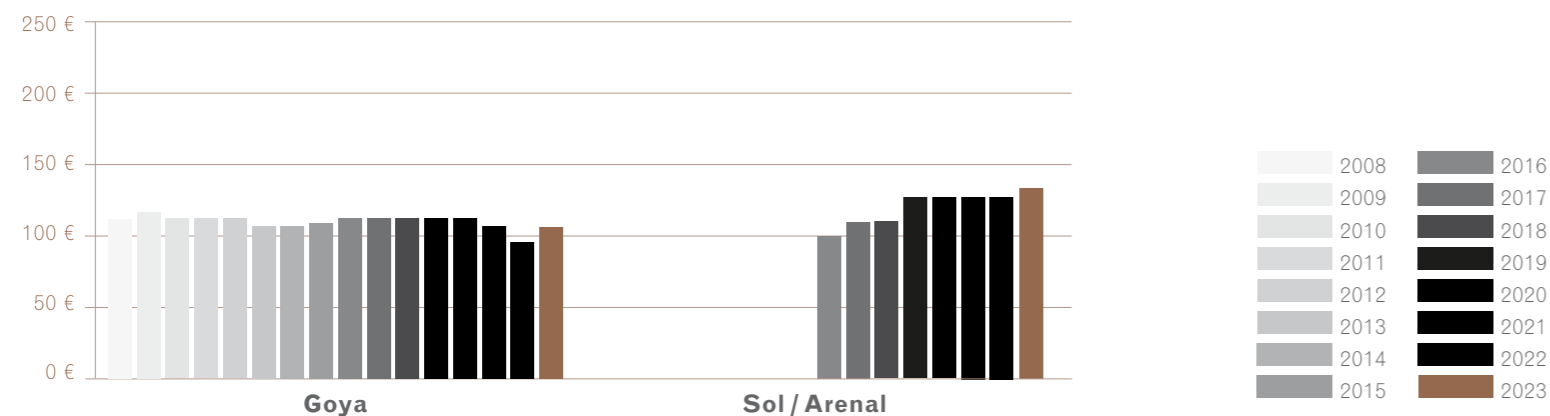
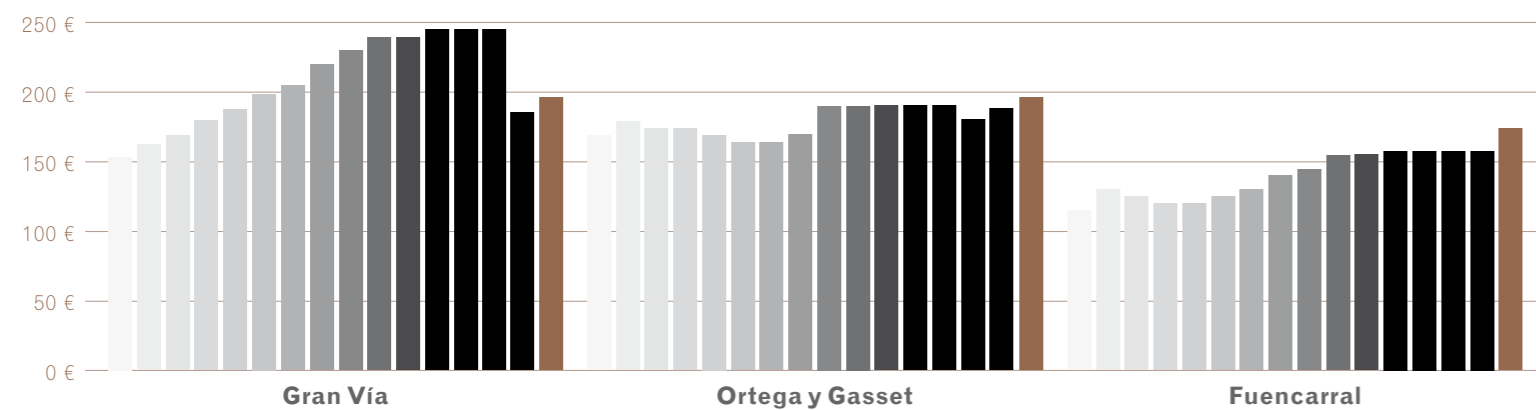
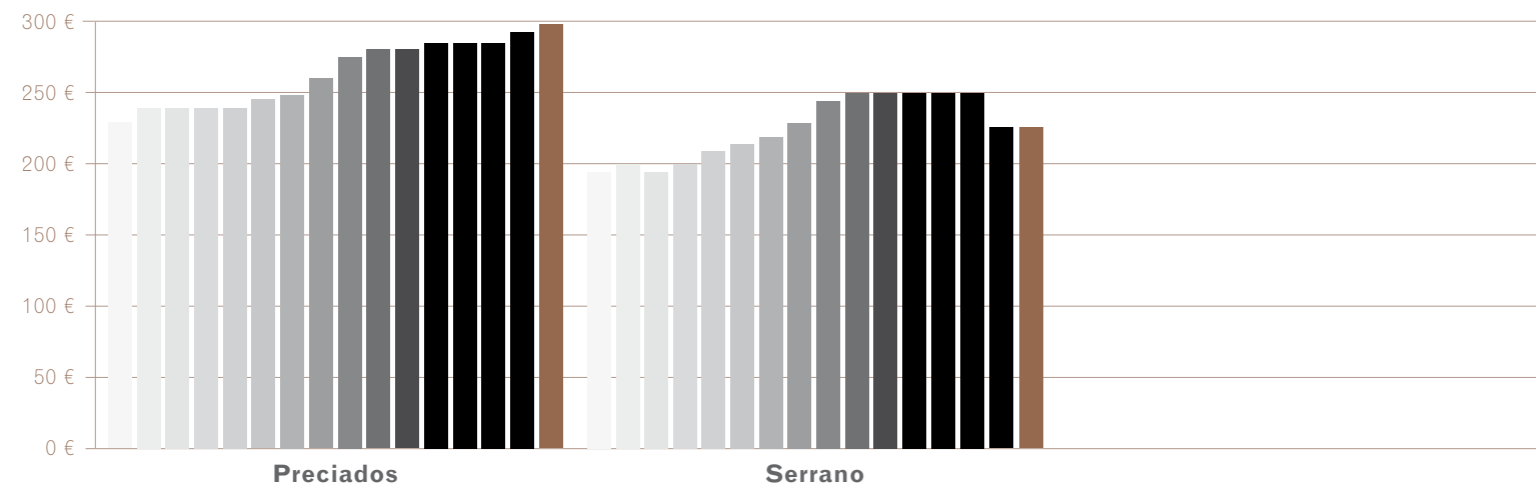
MADRID



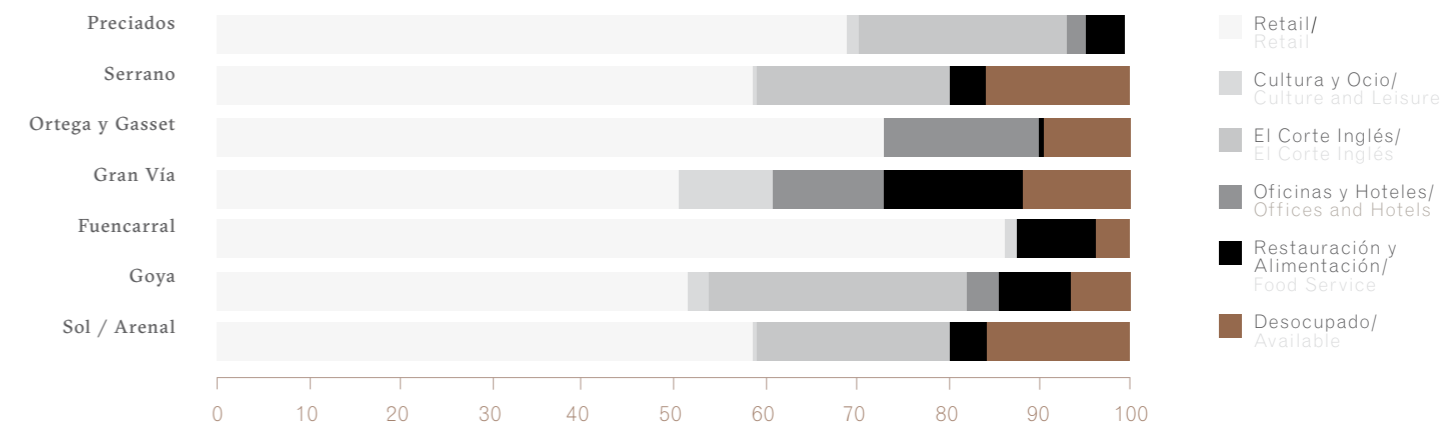


PRINCIPALES INDICADORES COMERCIALES MAIN COMMERCIAL INDICATORS

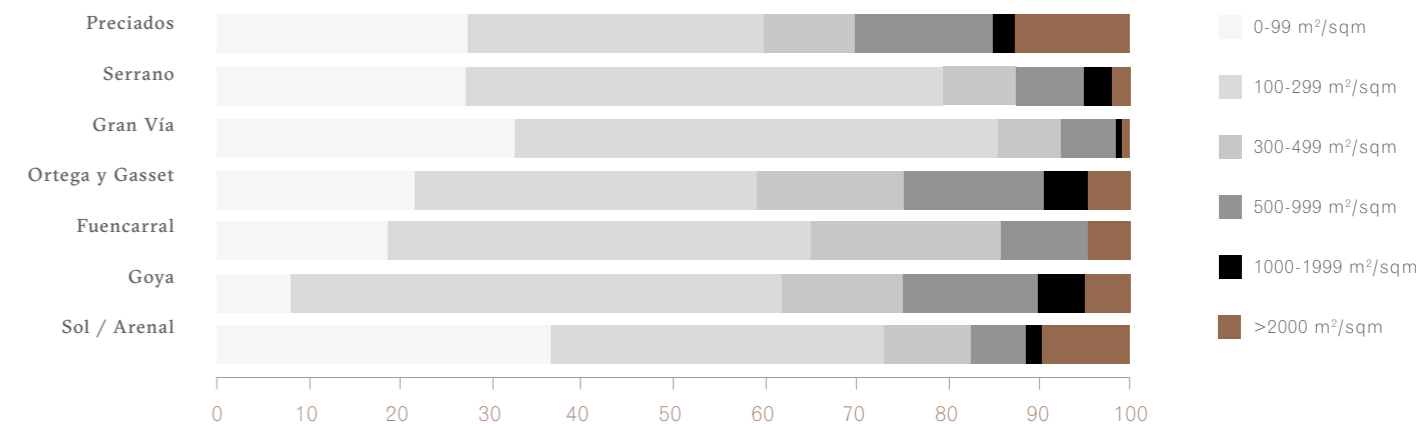
Evolución rentas m²/mes 2008 - 2022 Rents evolution sqm/month 2008 - 2022



% Mix Comercial % Comercial Mix



% Tipología de locales por m² % Typology by sqm



CALLE STREET	RENTA MEDIA MENSUAL AVERAGE MONTHLY RENT	CRECIMIENTO Crecimiento GROWTH	OPERACIONES TRANSACTIONS	NUEVAS MARCAS NEW BRANDS	RENTABILIDAD PROFITABILITY
Preciados / Callao	297 €	1,69%	4	4	3,50%
Serrano	227 €	3,16%	15	12	3,93%
Gran Vía	196 €	4,15%	23	23	4,10%
Ortega y Gasset	195 €	1,74%	7	5	4,30%
Fuencarral	165 €	4,02%	10	7	4,10%
Goya	102 €	3,96%	16	13	4,85%
Sol / Arenal	126 €	4,63%	11	8	4,65%

ÉXITOS ASCANA EN MADRID
ASCANA MADRID SUCCESSES



TISSA FONTANEDA — Claudio Coello, 75



MUNICH — Fuencarral, 5



VICTORIA'S SECRET — Gran Vía, 38



BALENCIAGA — Ortega y Gasset, 10



HARMONT & BLAINE — Serrano, 14



PROXIMA APERTURA — Serrano, 72



CACAO SAMPAKA — Serrano, 84

ÉXITOS ASCANA EN ESPAÑA
ASCANA SPAIN SUCCESSES



ADOLFO DOMINGUEZ — Granada



CASA VIVA — Vigo



CASILDA FINAT — San Sebastian



HOFF — Santander



HUGO BOSS — Puerto Banus



HUGO BOSS — Valencia



SWATCH — Valencia

ESPAÑA

RENTAS DE LAS PRINCIPALES CALLES COMERCIALES DE ESPAÑA EN 2023 RENTS ON SPAIN'S MAIN SHOPPING STREETS IN 2023

Durante 2023, el sector *retail* en España no ha vivido uno de sus mejores momentos. Salvo algunas excepciones donde se ha registrado un incremento destacado, las rentas medias de las principales calles comerciales de la península, más allá de Madrid y Barcelona, han descendido o se han mantenido en las mismas cifras del ejercicio anterior.

Con un incremento del 5,89% y del 5,77% respectivamente, las vías *prime* que más han crecido en 2023 han sido Guetaria y Avenida de la Libertad en San Sebastián, cuya renta asciende a 88€/m² en ambos casos. Le siguen las calles Mesa y López y Triana en Las Palmas de Gran Canaria, con incrementos del 5% y 4,86% respectivamente.

Pese a ello, Muelle Ribera, en la localidad de Puerto Banús en Marbella, con una renta media sostenida de 191€/m² continúa siendo la calle comercial más cara de España, al margen de Madrid y Barcelona. La sigue Marqués de Larios en Málaga con una renta media mensual de 165€/m², las calle Colón y Juan de Ávila en Valencia, con 148€/m² y 142€/m² respectivamente, así como Loyola en San Sebastián, también con 142€/m².

Las cifras más asequibles las siguen ostentando la calle La Reina en Lugo, la Plaza Mayor de Ciudad Real, y Mayor en Guadalajara, que mantienen su renta media mensual en 26€/m².

A continuación, presentamos las rentas medias mensuales por metro cuadrado de las arterias comerciales de primera línea de las principales ciudades españolas salvo Madrid y Barcelona, que cuentan con su análisis personalizado en el informe. ◇

2023 was not one of the better years for the retail sector in Spain. With some notable exceptions, where increases were recorded, the average rent prices for the country's main shopping streets outside of Madrid and Barcelona fell or held at the same figures from the prior year.

With increases of 5.89% and 5.77%, respectively, the high streets that most grew in 2023 were Guetaria and Avenida de la Libertad in San Sebastián; in both cases rents start at €88/sqm. These are followed by Mesa and López y Triana in Las Palmas de Gran Canaria, which rose 5% and 4.86%, respectively.

That notwithstanding, Muelle Ribera in the town of Puerto Banús in Marbella, with a sustained average rent of €191/sqm, remains the most expensive shopping street in Spain outside Madrid and Barcelona. It is followed by Marqués de Larios in Malaga, where rents average €165/sqm; Colón and Juan de Ávila in Valencia, at €148/sqm and €142/sqm, respectively; and Loyola in San Sebastián, also at €142/sqm.

The most affordable figures continue to be found on La Reina in Lugo, Plaza Mayor in Ciudad Real and Calle Mayor in Guadalajara, where monthly rents still cost an average of €26/sqm.

Below we present the average monthly rents per square meter on the high streets of the main cities in Spain, except for Madrid and Barcelona, which are analyzed separately in the report. ◇

CIUDAD CITY	CALLE STREET	€/M ² /MES €/SQ M/ MONTH	IMPACTO COVID IMPACT
Albacete	Mayor	37 €	2,07%
	Tesifonte Gallego	42 €	2,55%
	Tinte	32 €	2,81%
Alicante	Maisonnave	86 €	4,08%
Almería	Paseo Almería	53 €	2,58%
	Puerta Purchena	37 €	3,17%
Ávila	Duque de Alba	27 €	3,74%
Badajoz	Menacho	27 €	2,58%
Bilbao	Ercilla	92 €	4,15%
	Gran Vía	108 €	3,81%
	Rodríguez Arias	87 €	4,32%
Burgos	Santander	53 €	2,58%
	Vitoria, Moneda	42 €	2,79%
Cáceres	Avenida de España	27 €	2,58%
Cádiz	Columela	54 €	4,71%
Castellón	Alloza, Mayor	27 €	4,52%
	Enmedio	38 €	4,28%
Ciudad Real	General Aguilera	37 €	2,07%
	Plaza Mayor	26 €	2,19%
Córdoba	Cruz Conde	59 €	3,24%
	Gondomar	75 €	3,17%
Cuenca	Carretería	32 €	3,78%
Gijón	Corrida	64 €	3,09%
Girona	Santa Clara	32 €	3,78%
	Reyes Católicos	53 €	2,77%
Granada	Mesones	48 €	3,07%
	Recogidas	85 €	2,87%
	Mayor	26 €	2,19%
Guadalajara	Mesones	48 €	2,00%
	Concepción	32 €	3,78%
Huelva	Coso Alto, Coso Bajo	27 €	3,74%
Ibiza	Bartomeu Roselló	112 €	3,38%
Jaén	Roldan y Marin	37 €	2,34%
	Plaza Lugo	59 €	3,76%
La Coruña	Real	43 €	4,00%
	Triana	49 €	5,00%
Las Palmas de Gran Canaria	Mesa y López	65 €	4,86%
	Ordoño II	32 €	3,46%
León	Alcázar de Toledo	48 €	3,07%
	Mayor, San Antonio	32 €	3,14%
Lleida	Mayor, San Antonio	32 €	3,14%
Logroño	San Antón, Gran Vía	49 €	4,36%
Lugo	La Reina	26 €	1,81%
	Marqués de Larios	165 €	4,63%
Málaga	Nueva	110 €	4,76%
	Muelle Ribera	191 €	4,29%

CIUDAD CITY	CALLE STREET	€/M ² /MES €/SQ M/ MONTH	IMPACTO COVID IMPACT
Múrcia	Gran Vía, Avda. Libertad	65 €	4,38%
	Platería, Trapería	43 €	4,00%
Orense	Rua do Paseo	48 €	2,21%
	Rua Sto. Domingo	32 €	2,81%
Oviedo	Uría, Doctor Casal	65 €	3,89%
	Pelayo, Palacio Valdés y Milicias Nac.	70 €	3,70%
Palencia	Mayor, Pedro Romero	37 €	2,42%
	Jaime III	97 €	3,93%
Palma de Mallorca	Paseo del Borne	108 €	3,90%
	Sant Miquel	108 €	3,71%
Pamplona	Carlos III	54 €	3,94%
Pontevedra	Benito Corbal	43 €	3,27%
	Peregrina	37 €	3,17%
Salamanca	Toro	58 €	3,06%
	Zamora	48 €	2,86%
San Sebastián	Avda. Libertad	88 €	5,77%
	Guetaria	88 €	5,89%
Sta Cruz de Tenerife	Loyola	142 €	4,81%
	Castillo	54 €	3,74%
Santander	Calvo Sotelo, Juan de Herrera	49 €	3,93%
	Jesús de Monasterio, Lealtad	32 €	2,49%
Segovia	Cervantes, Isabel la Católica	48 €	2,86%
	Real, Fernández Ladreda	86 €	3,72%
Sevilla	Sirpes, Rioja	139 €	3,11%
	Tetuán-Velázquez-O'Donnell	31 €	0,86%
Soria	El Collado	65 €	4,21%
Tarragona	Rambla Nova	48 €	3,07%
Teruel	Ramón y Cajal, Joaquín Costa	31 €	0,54%
Toledo	Comercio	48 €	2,43%
	Colón	148 €	4,78%
	Jorge Juan	98 €	4,07%
Valencia	Juan de Austria	142 €	4,54%
	Paseo Ruzafa	82 €	4,68%
	Poeta Querol-Marqués de Dos Aguas	54 €	4,06%
Valladolid	Santiago	81 €	4,39%
	Zorrilla, Mantería, Alc. Toledo	43 €	4,00%
Vigo	Príncipe	53 €	2,58%
	Urzaiz	48 €	2,64%
Vitoria	Eduardo Dato	38 €	3,45%
	General Álava	32 €	3,68%
Zamora	Santa Clara	47 €	2,05%
Zaragoza	Alfonso	53 €	2,97%
	Paseo Damas	64 €	3,09%
	Paseo Independencia	91 €	3,28%

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, Istituzione nazionale di statistica, Chambre de commerce et d'industrie de région Paris – Île de France, Camera di Commercio di Milano, Camera di Commercio di Roma, Fondo Monetario Internacional y consultoras inmobiliarias europeas.

Los nombres de las calles de Barcelona siguen los criterios del nomenclátor del ayuntamiento de la ciudad. En los gráficos de tipología de locales solo se contabilizan superficies de uso comercial y los €/m² del informe se calculan sobre un local tipo de 200 m². 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, Istituzione nazionale di statistica, Chambre de commerce et d'industrie de région Paris – Île de France, Camera di Commercio di Milano, Camera di Commercio di Roma, the International Monetary Fund and European real estate consultancies.

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

Coordinación
Coordination

ASCANA

Redacción
Drafting

María de Andrés

Análisis
Analysis

Ditrendia
www.ditrendia.com

Fotografía
Photography

Hugo de la Rosa
www.hugodelarosa.com

Dirección de Arte
y maquetación
Art Direction & Layout

131.gd



ASCANA
EXPANSION

WWW.ASCANA.ES

PARÍS

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

MILANO

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

BARCELONA

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

MADRID

Serrano 6, 3°
Tel. + 34 913 086 665