

# *na fali*

magazyn

wyborcza





# Rynek dóbr luksusowych w Polsce ma się coraz lepiej

DARIUSZ GAŁĄZKA

LICZBA OSÓB ZAMOŻNYCH, BOGATYCH I BARDZO BOGATYCH W POLSCE DYNAMICZNIE ROŚNIE. SZACUJE SIĘ, ŻE W 2020 BĘDZIE ICH JUŻ 1,5 MLN. SPRAWDZILIŚMY, ILE NAJBOGATSZY POLACY SĄ W STANIE WYDAĆ NA MIESZKANIE, ILE NA ZAGRANICZNĄ WYCIECZKĘ CZY ZEGAREK, A TAKŻE CZYM KIERUJĄ SIĘ, WYBIERAJĄC WYMARZONY SAMOCHÓD.

**J**ak donosi w swoim raporcie KPMG (jedną z największych w Polsce firm z sektora doradztwa podatkowego i gospodarczego), liczba zamożnych z roku na rok sukcesywnie rośnie. W 2016 roku w kraju było ich już ponad milion. Eksperti prognozują, że w 2020 roku liczba ta wyniesie prawie półtora miliona.

- Najwięcej zamożnych mieszka w województwach mazowieckim, śląskim i dolnośląskim. Szacujemy ponadto, że w ciągu najbliższych trzech lat liczba osób zamożnych mieszkających w Polsce zwiększy się do prawie 1,4 mln i będą oni dysponowali łącznym dochodem netto w wysokości 245 mld zł. Rośnie również liczba polskich HNWI (High-Net-Worth Individuals), czyli osób, których majątek netto wart jest więcej niż 1 mln dolarów. W 2017 roku było ich już 57 tys., z czego 203 osoby były w posiadaniu majątku większego niż 100 mi-

lionów dolarów - tłumaczy w raporcie Andrzej Marczak, partner KPMG w Polsce.

Z definicji wynika, że zamożni lub dobrze zarabiający to osoby, które uzyskują dochód przekraczający 7,1 tys. zł brutto. Osoby bogate zarabiają powyżej 20 tys. brutto, natomiast do grupy osób bardzo bogatych zalicza się wszystkich, których miesięczny dochód wynosi ponad 50 tys. zł. W 2016 roku takich osób było w całej Polsce ponad 42 tys.

## Ile kosztuje luksus?

Jak kształtują się decyzje zakupowe najbogatszych Polaków? Na podstawie ankiety przeprowadzonej na grupie blisko stu osób zarabiających powyżej 20 tys. zł ustalono m.in. opinie na temat przyczyn ich sukcesu finansowego, a także w jaki sposób i na co wydają swoje pieniądze. W kwestii wyboru produktów zaskoczenia nie ma, bowiem najważniejszym czynnikiem, którym kierują się najbogatsi, jest jakość zakupionego towaru lub usługi. Zwróciło na nią uwagę 93 proc. respondentów. Dla 78 proc. ankietowanych ważny jest wygląd, design i estetyka, natomiast 60 proc. bierze pod uwagę cenę, co oznaczałoby, że najbogatsi Polacy decyzje zakupowe podejmują dość rozważnie.

Jeśli klienci premium zwracają uwagę na cenę, to ile powinni kosztować poszczególne dobra luksusowe zdaniem najzamożniejszych? Za metr wykończonego apartamentu w jednym z większych miast w Polsce taki klient jest w stanie zapłacić ponad 17 tys. zł. Luksusowy samochód kosztuje

według niego nie mniej niż 285 tys. Cena zegarka to już wydatek rzędu od 10 do 13 tys. A za tygodniowe wakacje za granicą dla jednej osoby bogaty Polak może zapłacić 9,7 tys.

## Jachty, czyli luksus w polskim wydaniu

O tym, że rynek dóbr luksusowych w Polsce ma się coraz lepiej, świadczy m.in. sukces gdańskiej stoczni budującej jachty Sunreef Yachts.

- Kiedy 16 lat temu prezes i założyciel stoczni Sunreef Yachts - Francis Lapp zaczął działalność, nikt nie chciał nawet słyszeć o produkcie luksusowym „made in Poland”. Wówczas ekskluzywność łączono jedynie z krajami takimi jak Francja, czy Włochy. Teraz jest inaczej. Obecnie polskie jachty to jeden z najlepszych produktów eksportowych naszego kraju, a jednostki z polską metką są postrzegane jako jakościowe, innowacyjne i eleganckie - mówi Karolina Paszkiewicz, dyrektor marketingu w Sunreef Yachts.

Obecnie w przemyśle jachtowym tylko w Polsce działa kilkaset firm. Producenci sprzedają jachty pod marką własną, ale na rynku funkcjonuje jeszcze wielu podwykonawców, którzy produkują jachty na zlecenie innych podmiotów oraz dystrybutorów, zajmujących się sprzedażą jachtów zagranicznych firm. Kim jest klient kupujący luksusowe jachty?

- Klientami Sunreef Yachts są nabywcy z całego świata, którzy szukają nie tylko luksusowego jachtu, ale też w pełni spersonalizowanej

według ich konkretnych życzeń i potrzeb jednostki. Cechą, która wyróżnia naszą firmę od innych, jest przede wszystkim właśnie fakt, że szyjemy na miarę każdy z naszych katamaranów. Właściciele Sunreef to osoby wymagające pod każdym względem. Cenią sobie indywidualizm, doskonale jakościowo wykonanie, innowacyjny design i kompleksową obsługę - dodaje Paszkiewicz.

## Klienci kupują technologię

Według szacunków ekspertów z KPMG, największy segment rynku dóbr luksusowych stanowią samochody. Przed dwoma laty liczba rejestracji tego typu pojazdów wyniosła aż 52,2 tys. sztuk. W Polsce liderem kategorii premium i luksusowych wśród aut jest niezmiennie Mercedes. Na drugim miejscu plasuje się marka BMW. Kolejne lokaty to już Audi i Volvo. Jakimi kryteriami kieruje się klient kupujący luksusowe auto?

- Tutaj należałoby wskazać kilka podstawowych obszarów. Pierwszy to marka, technologia, unikalny design, legendarna jakość i szeroka gama modelowa. Klienci kupują technologię, a Mercedes jest na topie, jeśli chodzi o wszelkiego rodzaju innowacje. Ponadto klienci są lojalni względem marki Mercedes-Benz oraz BMG Goworowski. Wiąże się z Mercedesem i nami na wiele lat i doświadcza ducha „gwiazdy”. Każdy z naszych samochodów może być „uszyty” na miarę potrzeb i preferencji klienta. Staramy się, aby dostarczony samochód w stu procentach spełniał oczekiwania nabywcy - mówi Adam Braumberger, PR dyrektor w Mercedes BMG.

## Najważniejsza jest lokalizacja

Ważnym segmentem rynku dóbr luksusowych są również mieszkania. Rynek nieruchomości premium nie posiada jednolitej definicji. Firmy działające w tej branży przyjmują zróżnicowane kryteria, jak np. wartość nieruchomości przekraczająca milion złotych czy cena powyżej 15 tys. zł za metr kwadratowy. Jak tłumaczą eksperci, niektóre opracowania zakładają, że poza kryteriami wartościowymi nieruchomości luksusowe charakteryzują się także lokalizacją w prestiżowych dzielnicach, ochroną w budynku, dodatkowymi funkcjami rekreacyjnymi dla mieszkańców czy wysokim poziomem prywatności w apartamentach.

Według raportu KPMG najwięcej mieszkań o luksusowym standardzie zlokalizowanych jest w Warszawie. Coraz więcej powstaje ich w Krakowie, Wrocławiu oraz Trójmieście. W Gdańsku mieszkania premium w prestiżowej lokalizacji - Wyspie Spichrzów oferuje m.in. deweloper Granaria.

- W przypadku naszych nieruchomości jest to klient zamożny lub bardzo zamożny, który przy wyborze kieruje się przede wszystkim prestiżową lokalizacją. Większość apartamentów nie jest zakupiona po to, aby czerpać z nich doraźną korzyść finansową w postaci tzw. wynajmu krótkoterminowego. W lokalizacji premium jest to zazwyczaj inwestycja na długie lata, która zabezpieczy trwale kapitał, tak aby utrzymał swoją wartość. Ponadto klienci zwracają uwagę, jak budynek zostanie wykończony. Czy materiały użyte

przy wykończeniu również będą klasy premium. Cena za metr kwadratowy wynosi od 15 do 23 tys. zł netto - mówi Wojciech Ciurzyński, prezes konsorcjum ImmoBel i Multibud tworzącego spółkę Granaria Development Gdańsk.

## Wakacje „szyte na miarę”

Nie wszyscy konsumenci dobra luksusowe kupują bezpośrednio od producenta. W przypadku towarów unikatowych, często niedostępnych na rodzimym rynku, lub też w przypadku usług wymagających planowania bogaci Polacy korzystają z firm oferujących usługę concierge. Zdaniem przedstawicielki Luxury Concept World LCW takich klientów jest coraz więcej.

- Osoby, które korzystają z naszych usług, dysponują bardzo małą ilością czasu, a naszym zadaniem jest dostarczenie pożądanego produktu bądź usługi. Dlatego organizujemy m.in. wycieczki „szyte na miarę”, czyli w pełni dostosowane do potrzeb klienta czy też wyjazdy na różne wyjątkowe wydarzenia, np. zawody F1 w Abu Dhabi. Ponadto sprowadzamy produkty premium niedostępne na rynku polskim. Klient korzystający z usług naszej firmy to osoba, która szuka produktów absolutnie wyjątkowych, można powiedzieć, że wręcz unikatowych. Kiedyś jeden z naszych klientów wyraził chęć zakupu zegarka, który jest już zupełnie niedostępny na rynku, produkowany ostatni raz wiele lat temu. Dzięki szerokiej sieci kontaktów byliśmy w stanie ten konkretny model zegarka zdobyć - mówi Katarzyna Mikulań-Drobniewska, z firmy Luxury Concept World LCW. ●