

## **Círculo Fortuny presenta el primer estudio cuantitativo y cualitativo sobre el sector de alta gama**

### **UN INFORME DE CÍRCULO FORTUNY PREVEÉ QUE EL SECTOR DE ALTA GAMA EN ESPAÑA PODRÍA DUPLICAR SU TAMAÑO EN 2025 Y ALCANZAR INGRESOS DE HASTA 21.000 MILLONES DE EUROS**

- *El sector alcanzó los 9.200 millones de euros de ingresos en 2017, un 9% más que en 2016, con ritmos de crecimiento superiores a los registrados a nivel mundial*
- *El informe estima que, si se toman las medidas adecuadas para apoyar el desarrollo de la Marca España a nivel global, nuestro país puede convertirse en unos de los principales actores de la excelencia europea*

**Madrid, 12 de abril de 2018.** – El mercado del sector de alta gama en España podría duplicar su tamaño en 2025 y alcanzar ingresos de hasta 21.000 millones de euros, según el informe 'Spanish Excellence: Today & Tomorrow', elaborado por la consultora Bain & Company para Círculo Fortuny. En 2017, la cifra alcanzada en España ha sido de 9.200 millones de euros, un 9% más que en 2016. Este ritmo de crecimiento ha sido superior al registrado a nivel mundial, que fue del 5% el pasado año, lo que coloca a nuestro país como destino emergente de la alta gama en Europa.

La evolución muestra como este sector en España gana popularidad entre las nuevas generaciones, un factor que junto con una experiencia turística diferencial y una infraestructura hotelera de alta gama, podría servir como plataforma de lanzamiento de otros segmentos del sector de la excelencia en nuestro país.

El informe de Círculo Fortuny -la asociación que agrupa a las marcas de alta gama en España-, elaborado por Bain & Company con el copatrocinio de El Corte Inglés, analiza cuatro segmentos clave del ecosistema sectorial de la excelencia en nuestro país -artículos personales, hostelería y restaurantes, sector de alimentación gourmet y vinos y bienes de diseño- así como cómo podrían crearse sinergias para impulsar el crecimiento de la marca España a escala mundial.

Carlos Falcó, Presidente Ejecutivo de Círculo Fortuny, ha destacado que *"el sector de alta gama en España está creciendo más rápido que la media mundial y cuenta con un gran potencial para convertirse en una industria con la dimensión y relevancia de otros países europeos de referencia. Tenemos mucho camino que recorrer, pero nuestros productos y servicios ofrecen experiencias únicas, especialmente en el sector de alimentación gourmet y el sector hotelero de alta gama, muy apreciadas y valoradas por el mercado. Además, estamos observando cómo la demanda de los consumidores más jóvenes y la capacidad de compra de los millones de turistas que disfrutan de nuestro país, puede impulsar el crecimiento en los próximos años, si tomamos medidas y aprovechamos nuestras fortalezas"*.

El estudio detalla que España se ha convertido en el mercado emergente de la alta gama en Europa, que está ganando en popularidad entre los consumidores y que está muy bien posicionada para convertirse en una de las primeras opciones en Europa y que las firmas del sector están trabajando de forma conjunta para mejorar el posicionamiento de la Marca España, tanto entre consumidores locales como internacionales.

Claudia D'Arpizio, socia de Bain & Company en Milán y autora principal del estudio, explica que *"es un momento estimulante para el sector de alta gama en España. El país está bien posicionado para elevar su perfil como un destino de excelencia y productor de bienes de alta gama. Para ello, España tendrá que aprovechar sus fortalezas, como una oferta hostelera diferenciada y un próspero ecosistema de alimentos gourmet, con el fin de potenciar aún más su marca entre los consumidores locales e internacionales"*.

#### **Segmentos clave de la excelencia en España**

El informe de Círculo Fortuny examina cuatro segmentos clave del mercado en España:

- ✓ Los **artículos personales de alta gama**, que representan 5.100 millones de euros en 2017 (+12% vs 2016), más de la mitad de los ingresos del sector en España. El rápido crecimiento de este segmento en los últimos cinco años (+6% entre 2012-2017) no evita que España siga ocupando el quinto lugar entre los principales países europeos. Los turistas representan el 80-85% de las ventas y los consumidores de nacionalidad china se sitúan en lo más alto del ranking, representando un 35% del segmento. Los consumidores locales, por su parte, representan entre el 15-20% y siguen siendo un segmento de demanda relevante, especialmente para belleza y bienes de lujo personales. Por regiones, el mercado se concentra principalmente en las principales ciudades, Madrid y Barcelona, que suponen el 80% del mercado.
- ✓ Los ingresos obtenidos por la **hostelería y los restaurantes de alta gama** ascienden a 1.800 millones de euros en 2017 (+7% vs 2016), siguiendo la tendencia positiva de los últimos cinco años (+5% entre 2012 y 2017). Según el informe, si bien el sector de la hostelería de alta gama en España es menos exclusivo que en otras ciudades europeas, existen "islas de excelencia" que España puede aprovechar como un factor diferenciador clave en el mercado global. En este segmento, el sector de la alta cocina en España representó los 149 millones de euros en 2017, entre los que se incluye 187 restaurantes con estrella Michelin.
- ✓ El sector de **alimentación gourmet, los vinos de alta gama y los licores** representan 1.500 millones de euros en 2017 (+5% vs 2016, con crecimientos del 5% entre 2012 y 2017), en un mercado dominado por actores locales. Las exportaciones son cada vez más relevantes para las compañías españolas, concretamente en el sector vinícola, lo que pone de manifiesto el gran potencial aun sin explorar por las marcas españolas en el escenario internacional.
- ✓ Las firmas de **bienes de diseño de alta gama** alcanzaron los 800 millones de euros en 2017 (+3% vs 2016 y crecimientos del 2% entre 2012 y 2017), impulsadas por el repunte de las ventas nacionales después de la crisis financiera mundial, pero con un crecimiento aún débil comparado con el resto de segmentos. El canal B2B (*business to business*) es importante, ya que las nuevas infraestructuras hoteleras de alta gama son críticas para el crecimiento sectorial. España ofrece piezas de alta calidad a precios competitivos que pueden posicionarse como artículos de artesanía única y exclusiva con una buena relación calidad-precio; factores todos ellos diferenciadores para potenciar el diseño español, tanto en el mercado local como en el exterior donde Estados Unidos, Alemania e Italia son los principales mercados para las marcas españolas.

## Retos y oportunidades en el futuro

Para potenciar la Marca España y convertirse en un mercado de referencia en el sector de alta gama global, el informe Círculo Fortuny explica que nuestro país podría reproducir algunas de las acciones desarrolladas por los mercados principales, como Italia y Francia. De hecho, las empresas españolas del sector consideran más los valores tradiciones de la alta gama y excelencia (calidad, prestigio, exclusividad, patrimonio, diseño y creatividad) como características del sector cuando, según el estudio, deberían de potenciar factores 'soft' como claves del crecimiento, como son el servicio, la innovación, la oferta de productos, la comunicación y la experiencia del cliente.

Asimismo, explica el informe, se debería de reforzar el apoyo institucional y promover medidas en el ámbito normativo y de negocio para apoyar el crecimiento del sector en los próximos años, como por ejemplo acelerar y simplificar el proceso de expedición de visados a turistas de origen chino, mejorar las conexiones con vuelos internacionales y promover la exportación y la sostenibilidad.

El informe de Círculo Fortuny estima que el mercado de alta gama en España podría crecer entre un 9% y un 10% anual (entre 7.000 y 8.000 millones de euros al año), impulsado por los segmentos clave de bienes personales de alta gama, el sector hotelero y restaurantes de alta gama. Un escenario que permitiría alcanzar a la industria un volumen de ingresos de entre 19.000



y 21.000 millones de euros en 2025, consolidando así a España entre los principales actores de la excelencia a nivel mundial.

### **Fuentes y metodología**

El Informe *'Spanish Excellence: Today & Tomorrow'* de Círculo Fortuny, con el copatrocinio de El Corte Inglés, ha sido elaborado por Bain&Company con el análisis e información cuantitativa y cualitativa de más de 50 compañías españolas, así como de más de 1.000 empresas globales y otras fuentes y datos externos.

### **Círculo Fortuny**

Círculo Fortuny es una asociación sin ánimo de lucro, creada para unir en un foro común al sector español de las marcas culturales y creativas de prestigio, promoviendo y defendiendo su entidad y apoyando la construcción de la marca España. La presidencia de Honor recae en Enrique Loewe y Carlos Falcó es su presidente ejecutivo.

Círculo Fortuny es la única asociación española reconocida internacionalmente como interlocutora y representante de las empresas e industrias de Alta Gama. En la actualidad, la institución está integrada por 61 integrantes de distintos sectores de la industria de la alta gama española.

En 2018, Círculo Fortuny dirige la European Cultural and Creative Industries Alliance (ECCIA), la alianza europea que integra a más de 500 empresas del sector de Alta Gama. Durante su presidencia, promoverá diferentes iniciativas para seguir impulsando la excelencia y la innovación como modelo de prosperidad y calidad, combinando los valores y tradiciones culturales con el entorno de progreso y avance tecnológico que ofrece el s. XXI.

Fundadores: LA Organic, Lladró, Loewe, Marqués de Griñón, Natura Bissé, Numanthia, Sotogrande.

Asociados: Abadía Retuerta LeDomaine, AYA-Aguirre y Aranzabal, Bagués-Masriera, Caruncho Garden & Architecture, Castillo de Canena, Chocrón Joyeros, Cinco Jotas, Dehesa de los Llanos, Delpozo, Felipe Conde Guitarrero, Gandiablasco, Gastón y Daniela, Gramona, Grulla Armas, Hacienda Queiles, Hotel Royal Hideaway Formentor, Hotel Ritz Madrid, La Zagaleta, Lorenzo Caprile, LZF Lamps, Magnanni, Manuel Calvo de Mora, Marqués de Murrieta Estates & Wines, Navascués, NH Collection Casino de Madrid, Osborne Vinos Viejos, Real Conservera Española, Rosa Oriol Atelier TOUS, Sara Navarro, Sha Wellness Clinic, Suarez, T.ba, Tresserra Collection, Vega Sicilia, Vicente Gracia Joyas, Viñedos y Bodegas Sierra Cantabria.

Socios internacionales con presencia en España: Bulgari, Louis Vuitton, LVMH.

En calidad de socios de honor forman parte de Círculo Fortuny: Basque Culinary Center, Escuela Superior de Música Reina Sofía, Fundación Casa Ducal de Medinaceli, Fundación MACBA, Fundación Museo Sorolla, Gran Teatre del Liceu, Museo Nacional del Prado, Museo Nacional Reina Sofía, Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, Real Academia de Gastronomía, Teatro Real.

Socios corporativos: El Corte Inglés, Global Blue, Iberia LAE, IE.

### **Bain & Company**

Bain & Company es la firma de consultoría de gestión a la que acuden los líderes empresariales del mundo cuando quieren resultados. Bain & Company asesora a clientes en estrategia, operaciones, tecnología de la información, organización, capital privado, transformación y estrategia digital y fusiones y adquisiciones, desarrollando conocimientos prácticos en los que los clientes actúan y transfieren habilidades que hacen que el cambio permanezca. La firma alinea sus incentivos con los clientes, vinculando sus tarifas a sus resultados. Los clientes de Bain&Company han superado al mercado bursátil 4 a 1. Fundada en 1973, Bain & Company tiene 55 oficinas en 36 países, y su amplia experiencia y lista de clientes alcanzan cada industria y sector económico. Para más información, visita [www.bain.com](http://www.bain.com) o síguenos en Twitter @BainAlerts.