

## ПРЕСС-РЕЛИЗ

### Елена Рахленко

Пресс-служба

«Делойт», СНГ

Тел.: +7 (495) 787 06 00

[erakhlenko@deloitte.ru](mailto:erakhlenko@deloitte.ru)

### Потребление на развивающихся рынках продолжает значительно влиять на рост мирового рынка товаров класса люкс

- *Компании Франции и Италии занимают ведущие позиции среди производителей товаров класса люкс в Европе, рост объемов продаж которых во многом объясняется ослаблением европейской валюты*
- *Производители различных категорий товаров класса люкс удваивают рост продаж и рентабельность*

**Нью-Йорк — Москва, 16 мая 2017 года.** Активность развивающихся стран продолжает обеспечивать рост мирового рынка товаров класса люкс. Согласно данным четвертого ежегодного исследования «Мировой сектор товаров класса люкс», подготовленного международной сетью «Делойт», в Китае, России и ОАЭ, которые относятся к развивающимся рынкам товаров класса люкс, доля потребителей, заявляющих, что они увеличили свои расходы на покупки предметов роскоши, за последние пять лет составила 70% по сравнению с 53% покупателей на развитых рынках (страны ЕС, США и Япония).

В исследовании приводятся результаты анализа и список 100 крупнейших мировых производителей товаров класса люкс, подготовленный на основе общедоступных данных по объему продаж предметов роскоши в 2015 финансовом году (включая финансовые годы, закончившиеся в период с 1 июля 2015 года по 30 июня 2016 года). Кроме того, в отчете обсуждаются основные тенденции, формирующие рынок предметов роскоши, а также обзор ситуации в мировой экономике.

«Путешествия и туризм по-прежнему являются основным фактором, способствующим развитию отрасли производства товаров класса люкс, — **отмечает Патриция Ариенти, руководитель международной Группы «Делойта» по обслуживанию производителей предметов роскоши и модной одежды региона ЕБВА.** — Почти половина всех покупок товаров класса люкс совершается путешественниками за рубежом (31%) или в аэропорту (16%). При этом 60% покупок приходится на долю потребителей из развивающихся стран, которые в большинстве случаев не имеют доступа к столь обширному ассортименту продукции и выбору брендов, как на рынках более развитых стран».

Согласно общедоступным данным в 2015 финансовом году объем продаж 100 крупнейших мировых производителей товаров класса люкс составил 212 млрд долларов США. Среднегодовой объем продаж одного из 100 крупнейших мировых производителей товаров класса люкс составляет 2,1 млрд долларов США.

«Отношение к предметам роскоши постепенно меняется: материальные свойства товаров класса люкс отходят на второй план, уступая место практичности и ощущениям от использования, — **отмечает Вики Энг, руководитель международной Группы «Делойта» по обслуживанию предприятий розничного сектора.** — Однако обязательным атрибутом предметов роскоши по-прежнему остается наивысшее качество. При этом потребители продолжают уделять пристальное внимание производственному мастерству и ручной работе».

Рассказывает **Оксана Кожина, старший менеджер Департамента консультирования по налогообложению и праву компании «Делойт», СНГ:** «Российский рынок товаров класса люкс, окончательно стабилизировавшийся в прошлом году, продолжает демонстрировать рост. Среди основных причин такой тенденции можно назвать повышение туристического потока (в частности, туристов из Китая), сдерживание (а в некоторых случаях — и снижение) цен розничными компаниями, а также увеличение объема покупок россиянами, которые ранее приобретали товары класса люкс за рубежом. Исследование, проведенное «Делойтом», также подтверждает, что потребление на развивающихся рынках предметов роскоши (куда входит и Россия) продолжает значительно влиять на рост мирового рынка. Согласно исследованию в Китае, России и ОАЭ, которые относятся к развивающимся рынкам товаров класса люкс, доля потребителей, заявляющих, что за последний год они увеличили расходы на покупку предметов роскоши, составила 62% по сравнению с 49% покупателей на развитых рынках (ЕС, США и Япония)».

**Ниже представлены основные выводы, сделанные в отчете.**

- **Продажи товаров класса люкс растут.** Продажи 100 крупнейших мировых производителей товаров класса люкс в 2015 финансовом году выросли более чем на 3 процентных пункта. Укрепление доллара США привело к ослаблению большинства иностранных валют, что благоприятным образом сказалось на деятельности большинства международных компаний, расположенных в других регионах, способствовал увеличению объемов продаж. В рейтинге 100 ведущих производителей предметов роскоши только шесть компаний заявили о двузначном снижении объемов продаж в 2015 финансовом году. Половина из этих компаний занимается производством ювелирных украшений, спрос на которые по-прежнему характеризуется значительной неустойчивостью.

- **Италия снова занимает лидирующую позицию** среди стран по количеству компаний в рейтинге, тогда как Франция является лидером по объему продаж. Италия, представленная в рейтинге 100 ведущих производителей люксовых товаров 26 компаниями, почти в два раза опережает Францию. Однако, поскольку итальянские компании в большинстве своем представляют семейный бизнес и значительно меньше остальных, средний объем продаж товаров класса люкс таких компаний составляет 1,3 млрд долларов США, что приблизительно равно четверти среднего объема продаж французских компаний — 5,1 млрд долларов США.

• **Производители различных категорий товаров класса люкс почти удваивают темпы роста продаж и рентабельность** по сравнению с прошлым годом, тогда как сектор производства сумок и аксессуаров продолжает занимать лидирующие позиции по темпам роста.

## **Об отчете «Мировой сектор товаров класса люкс»**

В отчете «Мировой сектор товаров класса люкс» представлена информация о 100 крупнейших мировых производителях товаров роскоши, полученная из общедоступных источников, а также всесторонний анализ деятельности этих компаний по различным критериям. Кроме того, в исследовании приводится обзор основных тенденций развития отрасли, а также мировых экономических условий. При подготовке раздела «Новый потребитель товаров класса люкс» мы опросили 1300 потребителей из 11 стран, включая Китай, Францию, Германию, Италию, Японию, Россию, Испанию, Швейцарию, ОАЭ, Великобританию и США. Наша цель состояла в том, чтобы исследовать их отношение к товарам класса люкс, а также проанализировать модели их покупательского поведения. Более подробная информация об отчете «Мировой сектор товаров класса люкс» представлена [здесь](#).

###

«Делойт» — международная сеть компаний, которая использует свои обширные отраслевые знания и многолетний опыт работы в различных сферах деятельности более чем в 150 странах мира. Около 244 400 специалистов «Делойта» по всему миру привержены идеям достижения совершенства в предоставлении профессиональных услуг своим клиентам.

Компания «Делойт», СНГ — одна из ведущих международных фирм, предоставляющая профессиональные услуги в области аудита, консалтинга, корпоративных финансов, управления рисками и консультирования по вопросам налогообложения и права, используя профессиональный опыт около 3 400 сотрудников в 19 офисах в 11 странах региона. На сегодняшний день офисы «Делойта» открыты в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Уфе, Южно-Сахалинске и Новосибирске (Россия), Киеве (Украина), Минске (Беларусь), Тбилиси (Грузия), Баку (Азербайджан), Актау, Алматы, Астане и Атырау (Казахстан), Бишкеке (Кыргызстан), Ташкенте (Узбекистан), Ашхабаде (Туркменистан), Душанбе (Таджикистан) и Ереване (Армения).