



Rynek dóbr luksusowych w Polsce

Edycja 2018

KPMG.pl



Spis treści

Wstęp	5
Kluczowe wnioski	6
1 Nabywcy dóbr luksusowych w Polsce i ich sytuacja finansowa	8
2 Rynek dóbr luksusowych w Polsce	16
Samochody	20
Odzież i akcesoria	24
Nieruchomości	28
Alkohole	32
Usługi hotelarskie i SPA	36
Biżuteria i zegarki	40
Kosmetyki i perfumy	44
Jachty	48
Samoloty	52





© 2018 KPMG Sp. z o.o. jest publiczną spółką z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, która jest członkiem sieci KPMG składającej się z niezależnych spółek członkowskich i towarzyszących z KPMG International Cooperative („KPMG International”), podmiotem prawa szwajcarskiego. Wszystkie prawa zastrzeżone.

Wstęp

Z prawdziwą przyjemnością oddajemy w Państwa ręce dziewiątą już edycję raportu na temat rynku dóbr luksusowych w Polsce. Nieustanne zainteresowanie, jakim cieszą się nasze publikacje, jest źródłem satysfakcji i stanowi silną motywację do kontynuowania prac nad tym tematem.

Wnioski płynące z tegorocznego raportu są pozytywne. Znacząco zwiększyła się liczba osób zamożnych mieszkających w Polsce – według naszych szacunków w 2018 roku takich osób powinno już być ponad 1,3 miliona. Rośnie także liczba osób bogatych i bardzo bogatych. Dodatkowo, w związku z wprowadzeniem od 2019 roku nowego podatku, tzw. daniny solidarnościowej, w tegorocznej edycji po raz pierwszy prezentujemy dane dla osób, których roczne dochody brutto przekroczyły 1 mln zł. W 2017 roku mieszkało ich w Polsce ponad 23 tysiące.

Sytuacja na rynku dóbr luksusowych wygląda równie dobrze – w porównaniu do poprzedniego roku zwiększyła się wartość wszystkich segmentów luksusowych dóbr konsumpcyjnych. Ponadto prognozy sugerują, że w najbliższych latach utrzyma się trend wzrostowy. Najszybciej będą rosnąć segmenty luksusowej biżuterii i zegarków, samochodów luksusowych oraz premium, a także alkoholi.

Dziękujemy wszystkim firmom, organizacjom oraz osobom, które były zaangażowane w tworzenie tego raportu. Wierzymy, że jego lektura dostarczy Państwu ciekawych przemyśleń.



Andrzej Marczak
Partner w KPMG w Polsce



Tomasz Wiśniewski
Partner w KPMG w Polsce

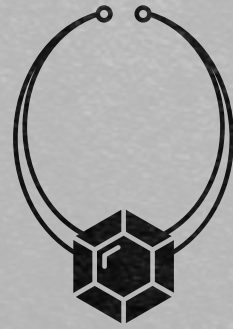
Kluczowe wnioski

1 W 2017 roku w Polsce mieszkało 1,2 miliona osób zamożnych, o 15% więcej niż w poprzednim roku. Łączna wartość ich dochodu brutto wyniosła ponad 260 mld zł. Według prognoz do 2021 roku w Polsce może mieszkać 1,6 miliona osób zamożnych, a ich dochód brutto może wzrosnąć do 381,1 mld zł.

2 Liczba bogatych Polaków w 2017 roku przekroczyła 194 tysiące, z czego bardzo bogatych było 50 tysięcy. W obu przypadkach najczęściej takich osób mieszkało w województwie mazowieckim, wielkopolskim i śląskim.

3 Od 1 stycznia 2019 roku zostanie wprowadzony podatek dla osób, których dochód brutto przekracza 1 mln zł rocznie. W 2017 roku w Polsce mieszkało ponad 23 tysiące osób o takich dochodach – najczęściej w województwie mazowieckim.

4 Wartość rynku dóbr luksusowych w Polsce jest szacowana na kwotę niemal 24 mld zł w 2018 roku. W porównaniu z poprzednim rokiem jest to wzrost o 13,8%.



dobro luksusowe

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

osoby dobrze zarabiające /zamożne

– osoby uzyskujące miesięczny dochód **powyżej 7,1 tys. zł brutto**

osoby bogate

– osoby uzyskujące miesięczny dochód **powyżej 20 tys. zł brutto**

osoby bardzo bogate

– osoby uzyskujące miesięczny dochód **powyżej 50 tys. zł brutto**

5

Największym segmentem dóbr luksusowych są samochody premium i luksusowe. Szacujemy, że wartość tego rynku wyniesie 15,5 mld zł w 2018 roku, a do 2023 może wzrosnąć do 26,4 mld zł.

6

Duży udział – bo aż 12% – w rynku dóbr luksusowych ma segment luksusowej odzieży i akcesoriów. Kategoria ta może osiągnąć w 2018 roku wartość 2,9 mld zł, z czego ponad 48% to luksusowa odzież damska.

7

Bardzo dynamicznie rośnie sektor luksusowej biżuterii i zegarków – w stosunku do poprzedniego roku wartość tej kategorii w 2018 roku zwiększyła się o 10%. Ponad 80% luksusowych zegarków dostępnych na rynku jest przeznaczona dla mężczyzn, a 67% luksusowej biżuterii jest skierowana do kobiet.

8

W 2018 roku wartość rynku luksusowych alkoholi może wynieść 1,2 mld zł. Aż 62% udziału w całym segmencie ma whisk(e)y.



1.

Nabywcy dóbr luksusowych w Polsce i ich sytuacja finansowa

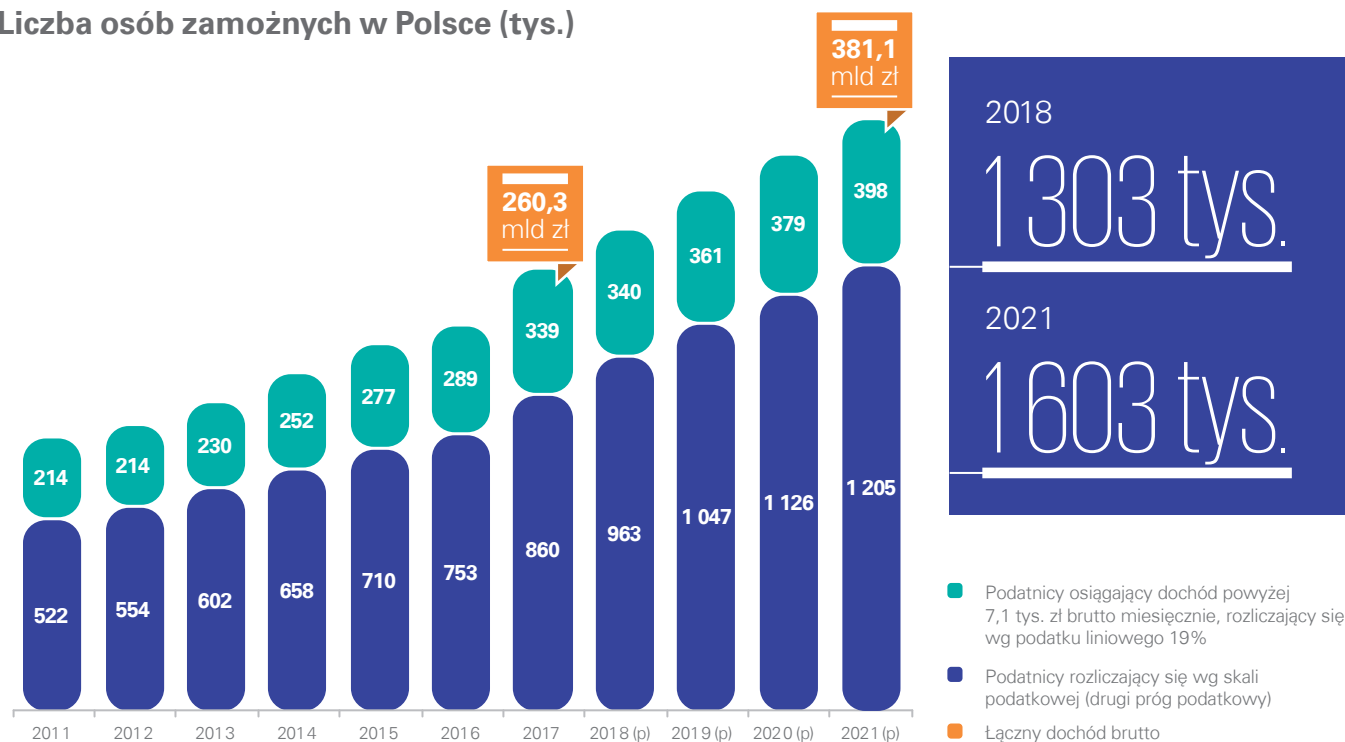
W 2017 roku po raz kolejny w Polsce wzrosła liczba osób zamożnych, których miesięczny dochód brutto przekracza 7,1 tys. zł. W porównaniu do poprzedniego roku przybyło 157 tys. podatników osiągających takie dochody. Wzrost zanotowano również w grupie osób bogatych, o dochodach powyżej 20 tys. zł brutto miesięcznie oraz bardzo bogatych, których dochód brutto przekroczył 50 tys. zł miesięcznie.

Zamożni Polacy w liczbach

Łączny dochód brutto osób zamożnych wyniósł w 2017 roku 260,3 mld zł, a ich liczba sięgnęła 1 199 tysięcy, z czego 860 tysięcy rozliczało się wg skali podatkowej, natomiast 339 tysięcy stanowiła grupa osób rozliczających się według podatku liniowego 19%. Szacujemy, że w 2018 roku całkowita liczba osób zamożnych wyniesie 1 303 tysiące, a ich

łączny dochód brutto wzrośnie do 284 mld zł. Dobre prognozy gospodarcze pozwalają z optymizmem patrzeć w przyszłość. Według naszych szacunków liczba osób zamożnych mieszkających w Polsce wyniesie ponad 1,6 mln w 2021 roku. Ich łączny dochód brutto zwiększy się do ponad 381 mld zł.

Liczba osób zamożnych w Polsce (tys.)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów; (p) – prognoza

Na potrzeby raportu wprowadzono następujące definicje*:

osoby dobrze zarabiające/zamożne
– osoby uzyskujące miesięczny dochód powyżej 7,1 tys. zł brutto

osoby bogate
– osoby uzyskujące miesięczny dochód powyżej 20 tys. zł brutto

osoby bardzo bogate
– osoby uzyskujące miesięczny dochód powyżej 50 tys. zł brutto

*Terminy zamożni, bogaci i bardzo bogaci odnoszą się jedynie do osiąganych miesięcznych dochodów brutto i nie są tożsame z wartością majątku posiadanego przez osoby zaliczane do powyższych kategorii

Dla producentów i dystrybutorów dóbr luksusowych szczególnie istotnymi klientami są osoby bogate, których miesięczne dochody brutto przekraczają 20 tys. zł oraz bardzo bogate o dochodach powyżej 50 tys. zł brutto. W 2017 roku podatników z tej pierwszej grupy mieszkało w Polsce 194,4 tys., z drugiej zaś – 50 tys. Ich łączny dochód brutto wyniósł odpowiednio 125,2 mld zł oraz 72,6 mld zł.

W tym roku po raz pierwszy prezentujemy dane dla osób, których roczne dochody przekroczyły 1 mln złotych brutto. Od 1 stycznia 2019 roku podatnicy z tej grupy zostaną objęci tzw. daniną solidarnościową, wynoszącą 4% wartości dochodów powyżej 1 mln zł brutto. Według danych Ministerstwa Finansów w 2017 roku w Polsce mieszkało 23,2 tys. osób o rocznych dochodach powyżej 1 mln zł brutto. Zdecydowana większość z nich (21 tys.) to osoby, które rozliczały się z urzędem skarbowym według podatku liniowego 19%.

Najwięcej zamożnych osób mieszka w województwie mazowieckim.

Nie jest to zaskoczeniem, zważywszy na fakt, że Warszawa stanowi centrum biznesowe kraju, a PKB per capita tego regionu ważone parytetem siły nabywczej od paru lat przekracza 100% średniej unijnej. Łącznie w województwie mazowieckim w 2017 roku rozliczyło się 341 tys. osób zamożnych, z czego 55,8 tys. to osoby bogate, a 12,2 tys. bardzo bogate. W województwie tym mieszkała również największa liczba podatników o rocznych dochodach brutto powyżej 1 mln zł – 5,9 tys., co stanowiło 25,4% liczby wszystkich osób o takich dochodach rozliczających się w Polsce.

Regionami, które mogą również pochwalić się dużą populacją zamożnych mieszkańców, są województwa: śląskie (125 tys.), dolnośląskie (108 tys.) oraz małopolskie (106 tys.). W każdym z województw w porównaniu z poprzednim rokiem wzrosła liczba podatników z tej grupy. Najwięcej osób zarabiających powyżej 7,1 tys. zł brutto miesięcznie przybyło w mazowieckim (+38 tys.) oraz w śląskim, dolnośląskim i małopolskim (w każdym +16 tys.).

121 tys. zł

WYNIOSŁY ŚREDNIE
ZAROBKI MIESIĘCZNE
OSÓB O DOCHODZIE
POWYŻEJ 50 TYS. ZŁ
BRUTTO MIESIĘCZNIE

187,7 tys. zł

WYNIOSŁY ŚREDNIE
ZAROBKI MIESIĘCZNE
OSÓB O DOCHODZIE
POWYŻEJ 1 MLN ZŁ
BRUTTO ROCZNIE

Szybki wzrost gospodarczy i rosnące pensje przekładają się na dynamiczny wzrost liczby osób zamożnych o miesięcznych dochodach powyżej 7,1 tys. zł brutto. W 2017 roku mieszkało ich w Polsce już blisko 1,2 mln, a łączny dochód brutto w tej grupie przekroczył 260 mld zł. Według naszych szacunków w 2018 roku liczba zamożnych podatników zwiększy się do 1,3 mln. Dla porównania 10 lat temu mieszkało w Polsce 574 tysiące osób zamożnych.

Najwięcej osób zamożnych mieszka w województwach mazowieckim, śląskim i dolnośląskim. Są to jedne z najbardziej dynamicznie rozwijających się regionów, które stanowią biznesowe i przemysłowe centrum kraju. Na drugim biegunie znalazły się województwa lubuskie, świętokrzyskie i opolskie, w których mieszka łącznie jedynie 65 tysięcy osób zamożnych. Szacujemy, że w ciągu następnych 3 lat liczba osób osiągających dochody powyżej 7,1 tys. zł brutto w całej Polsce zwiększy się do 1,6 mln.

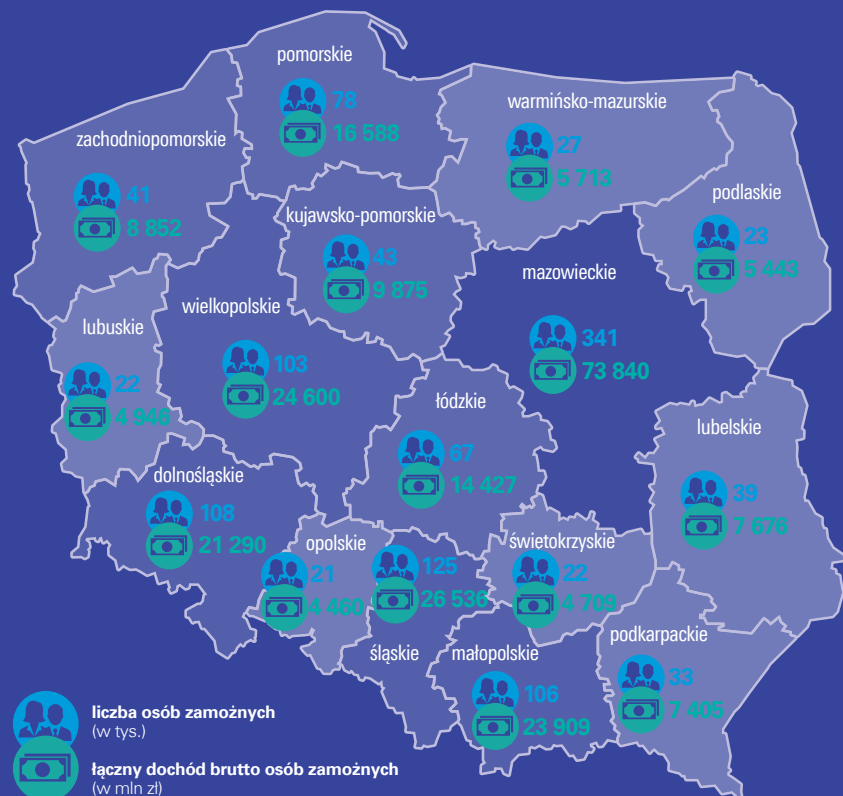
W związku z wprowadzeniem nowego podatku dla osób, których roczny dochód przekroczył 1 mln zł, po raz pierwszy prezentujemy dane dla tej grupy podatników. W 2017 roku mieszkało ich w Polsce 23,2 tysiąca osób. Podatnicy ci osiągnęli łączny dochód w wysokości 52,2 mld zł brutto. Warto podkreślić, że 91% osób w tej grupie płaciło 19-procentowy podatek liniowy.

W tym roku zaobserwowaliśmy również wzrost liczby osób należących do tzw. kategorii HNWI, czyli osób, których majątek netto wynosi więcej niż 1 mln dol. W 2018 roku było w Polsce 61,6 tysiąca takich mieszkańców, o 4,6 tysiąca więcej niż w ubiegłym roku.



Andrzej Marczak
Partner
KPMG w Polsce

Liczba osób zamożnych o miesięcznym dochodzie brutto powyżej 7,1 tys. zł i ich łączny dochód brutto w podziale na województwa (2017)



1 199 tys.

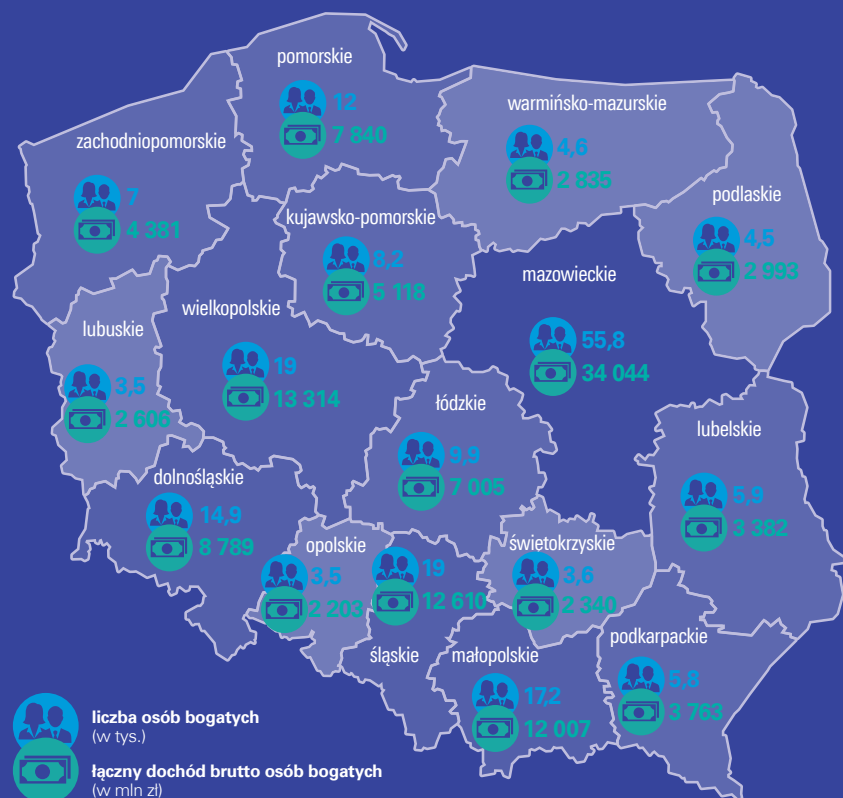
LICZBA OSÓB ZAMOŻNYCH
MIESZKAJĄCYCH W POLSCE

260,3 mld zł

ŁĄCZNY DOCHÓD BRUTTO
OSÓB ZAMOŻNYCH
MIESZKAJĄCYCH W POLSCE

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów

Liczba osób bogatych o miesięcznym dochodzie brutto powyżej 20 tys. zł i ich łączny dochód brutto w podziale na województwa (2017)



194,4 tys.

LICZBA OSÓB BOGATYCH
MIESZKAJĄCYCH W POLSCE

125,2 mld zł

ŁĄCZNY DOCHÓD BRUTTO
OSÓB BOGATYCH
MIESZKAJĄCYCH W POLSCE

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów

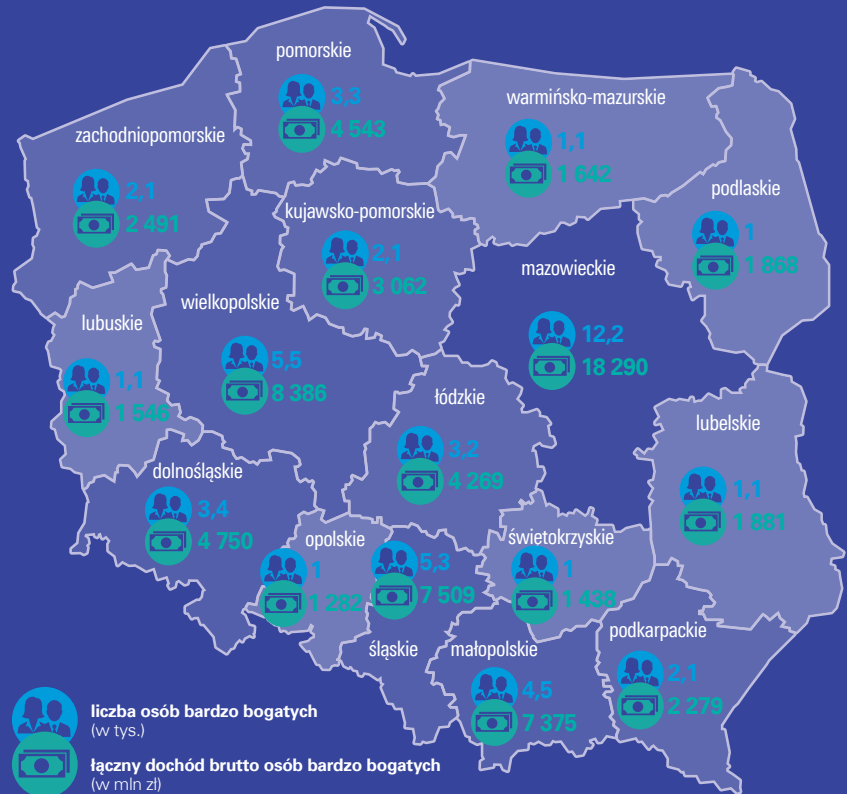
Liczba osób bardzo bogatych o miesięcznym dochodzie brutto powyżej 50 tys. zł i ich łączny dochód brutto w podziale na województwa (2017)

50 tys.

LICZBA OSÓB BARDZO BOGATYCH MIESZKAJĄCYCH W POLSCE

72,6 mld zł

ŁĄCZNY DOCHÓD BRUTTO OSÓB BARDZO BOGATYCH MIESZKAJĄCYCH W POLSCE



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów

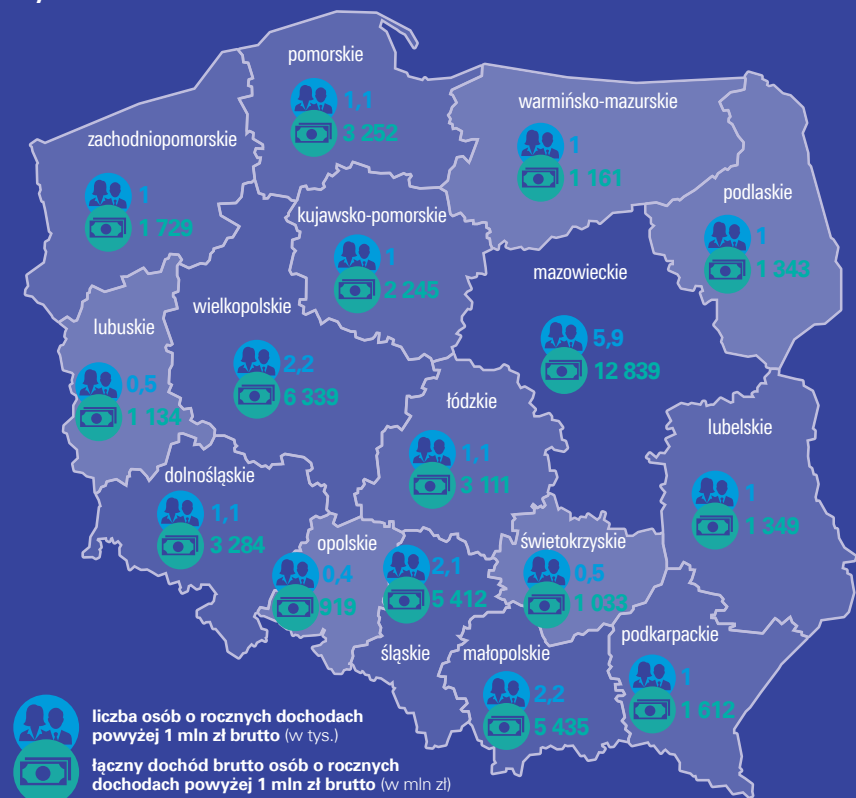
Liczba osób o dochodach powyżej 1 mln zł brutto rocznie i ich łączny dochód brutto, w podziale na województwa (2017)

23,2 tys.

LICZBA OSÓB O ROCZNYCH DOCHODACH POWYŻEJ 1 MLN ZŁ BRUTTO

52,2 mld zł

ŁĄCZNY DOCHÓD BRUTTO OSÓB O ROCZNYCH DOCHODACH POWYŻEJ 1 MLN ZŁ BRUTTO



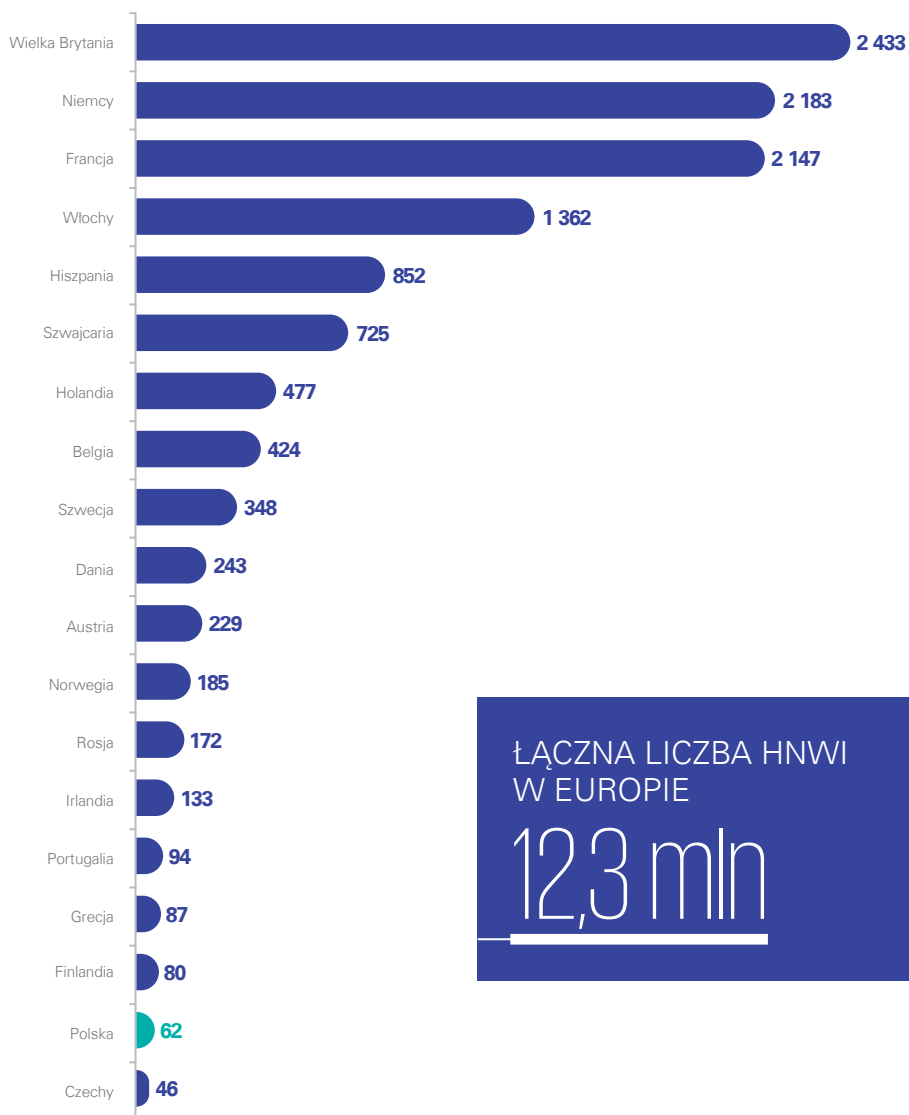
Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów

Mianem HNWI (ang. *high net worth individuals*) określa się grupę najbogatszych ludzi w danym kraju, których posiadane aktywa netto (wliczając nieruchomości po odjęciu długów) przekraczają wartość 1 mln dol. Według raportu Global Wealth Databook 2018, opracowanego przez Credit Suisse, w Polsce takich osób mieszka prawie 62 tys. W porównaniu z 2017 rokiem liczba ta zwiększyła się o niemal 5 tys.

Na tle państw europejskich Polska charakteryzuje się niewielką liczbą osób należących do kategorii HNWI. Przykładowo w Wielkiej Brytanii, Niemczech i Francji mieszka ich ponad 2 miliony, a we Włoszech blisko 1,4 mln. Polskę można porównać w tym zakresie do takich krajów, jak Czechy (46 tys.), Finlandia (80 tys.) czy Grecja (87 tys.) – jednakże są to kraje o dużo mniejszej liczbie ludności. Przez to odsetek HNWI w Polsce jest najniższy (0,16%) w porównaniu z krajami zachodnioeuropejskimi.

Największą część HNWI w Polsce stanowią osoby z majątkiem od 1 do 5 mln dolarów – 54 tys. osób. Aktywa o wartości powyżej 50 mln dolarów posiada 359 osób, z czego zaledwie 17 może pochwalić się majątkiem wartym więcej niż 500 mln dolarów.

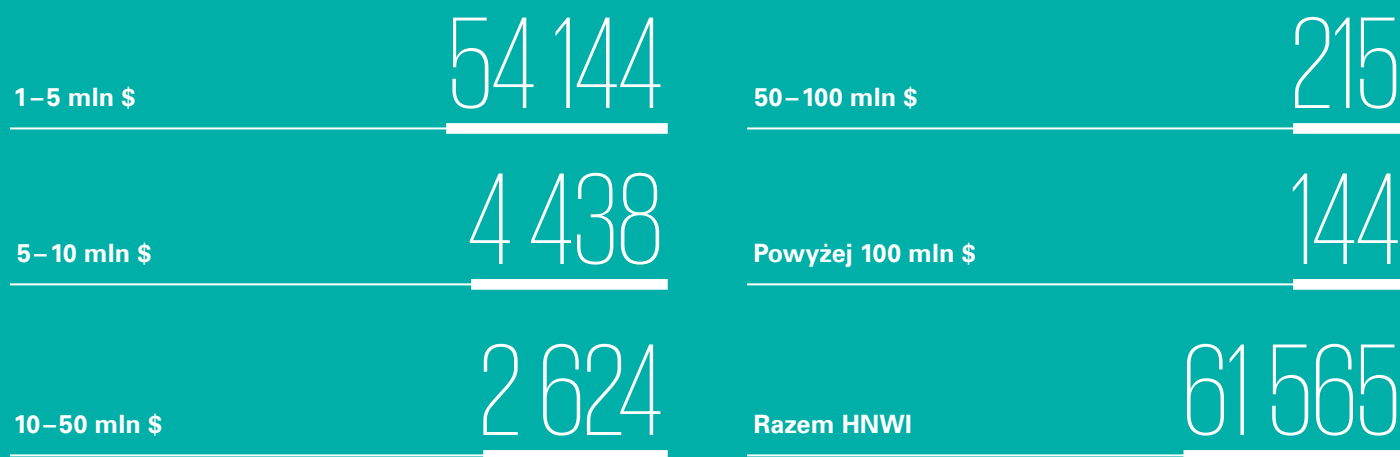
Liczba HNWI w wybranych krajach europejskich (tys., 2018)



ŁĄCZNA LICZBA HNWI
W EUROPIE

12,3 mln

Liczba HNWI w Polsce wg poziomu bogactwa (2018)



HNWI (high net worth individuals) – osoby o aktywach netto powyżej 1 mln dol.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Credit Suisse

Majątek Polaków

Całkowita wartość majątku zgromadzonego przez polskie gospodarstwa domowe wyniosła 1 990 mld zł na koniec II kwartału 2018 roku, co oznacza wzrost o 2,6% w stosunku do analogicznego okresu zeszłego roku. Jednocześnie wartość zobowiązań wzrosła o 3,7% r/r do 736 mld zł, zatem polskie gospodarstwa domowe posiadały majątek netto warty 1 254 mld zł na koniec I połowy 2018 roku. Oznacza to, że majątek netto Polaków wzrósł o 16 mld zł w porównaniu z I połową 2017 roku.

Największą część aktywów gospodarstw domowych w Polsce stanowią niezmiennie depozyty, których wartość wrosła o 6,0% r/r, osiągając poziom 782 mld zł w II kwartale 2018 roku. W kategorii inwestycji Polacy zgromadzili majątek wart 513 mld zł, z czego największą część stanowiły akcje, udziały kapitałowe oraz udziały lub jednostki uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych.

Polacy wciąż stosunkowo dużą część oszczędności trzymają w gotówce. W ciągu ostatniego roku jej wartość wzrosła o 10,4% do poziomu 190 mld zł.



Depozyty

782 mld zł



Inwestycje

513 mld zł



Ubezpieczenia

299 mld zł



Gotówka

190 mld zł



Inne

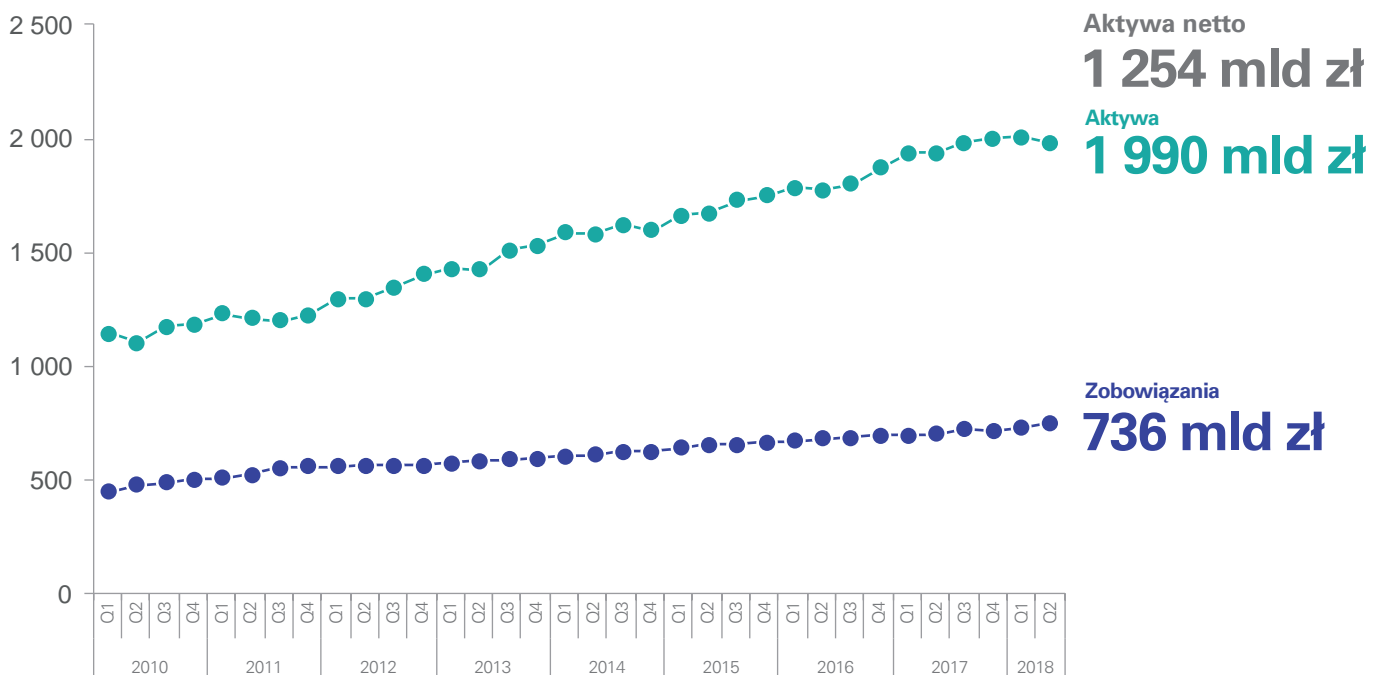
206 mld zł

Razem

1 990 mld zł

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych NBP

Aktywa i zobowiązania finansowe gospodarstw domowych (mld zł, Q2 2018)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych NBP



PONAD
4 RAZY

WIĘCEJ OSZCZĘDNOŚCI
ZGROMADZILI POLACY NA
DEPOZYTACH BANKOWYCH
NIŻ W GOTÓWCE.

2.

Rynek dóbr luksusowych w Polsce

W 2018 roku wartość rynku dóbr luksusowych szacowana jest na blisko 24 mld zł. Oznacza to wzrost o 13,8% w porównaniu z 2017 rokiem. Najszybciej rozwijającymi się segmentami są biżuteria i zegarki, samochody luksusowe oraz premium, a także alkohole. Prognozy na 2023 rok są również obiecujące – według naszych szacunków rynek dóbr luksusowych osiągnie wartość przekraczającą 39 mld zł.

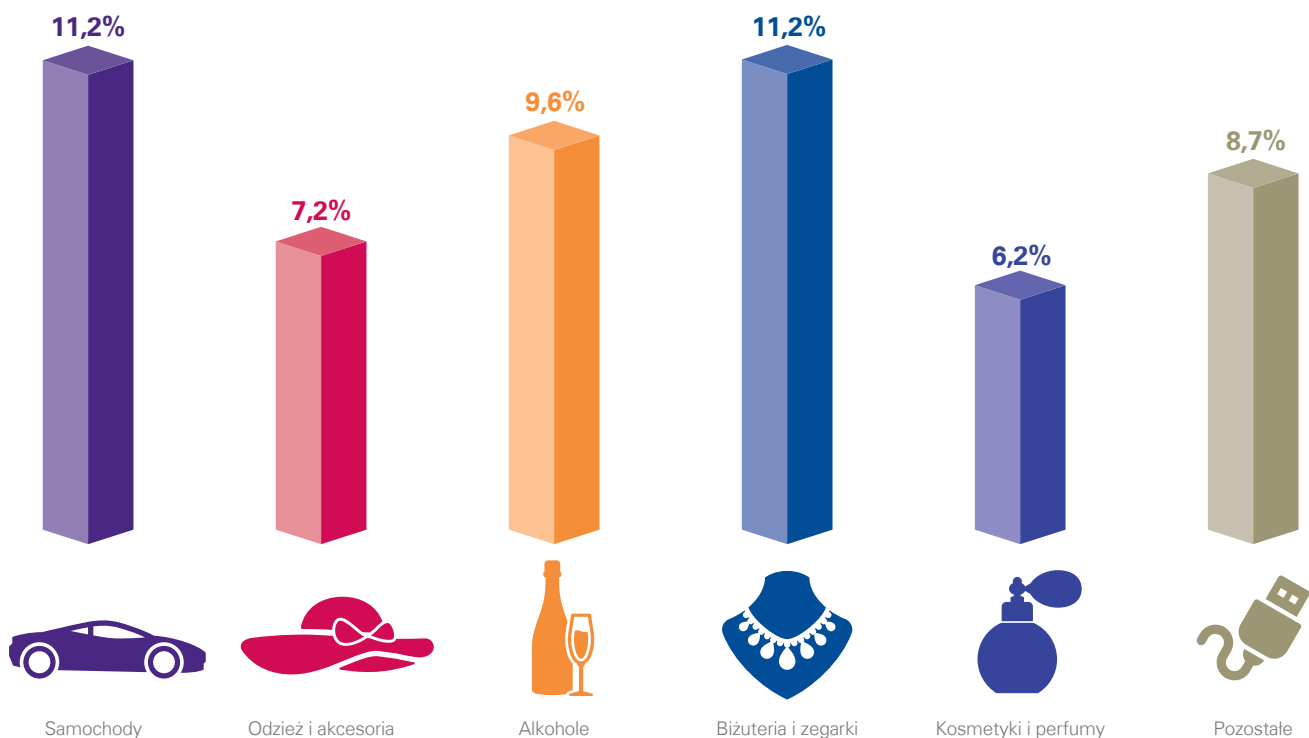
Na potrzeby niniejszego raportu do kategorii dóbr luksusowych zalicza się głównie dobra konsumpcyjne (w tym luksusowa odzież i akcesoria, biżuteria i zegarki, kosmetyki i perfumy oraz alkohole), luksusowe samochody oraz premium, luksusowe nieruchomości (apartamenty i rezydencje), a także usługi hotelarskie i SPA.

Największą kategorią w tegorocznej edycji, podobnie jak w poprzednich latach, jest segment samochodów luksusowych oraz premium. W 2018 roku wartość tego rynku szacowana jest na kwotę 15,5 mld zł. Drugim najważniejszym segmentem jest luksusowa odzież i akcesoria, którego wartość w 2018 roku może osiągnąć poziom 2,9 mld zł.

Kolejnymi ważnymi kategoriami na rynku dóbr luksusowych są luksusowe nieruchomości, usługi hotelarskie i SPA, a także alkohole.

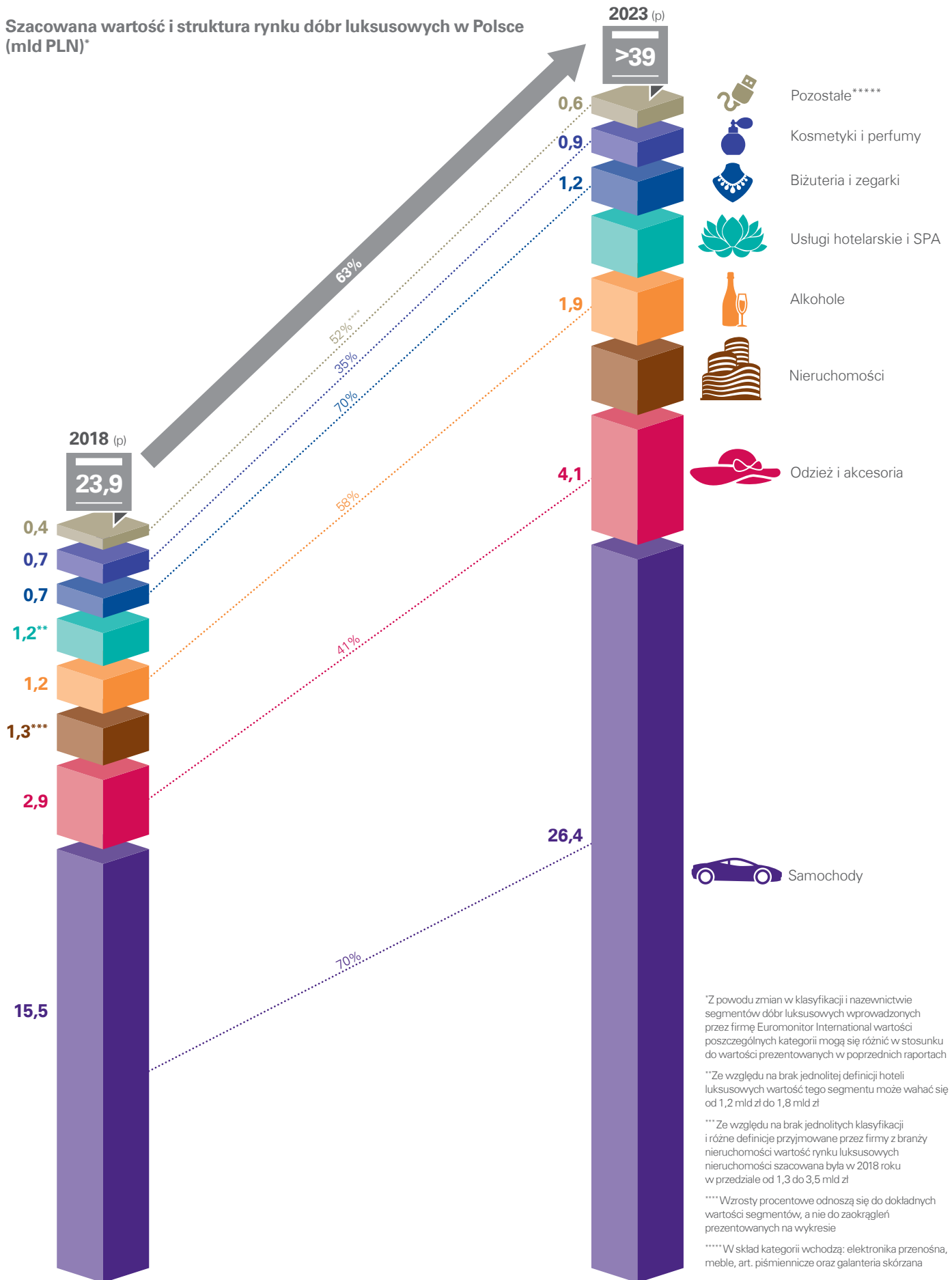
W porównaniu do poprzedniego roku największy wzrost zanotowano w segmencie samochodów luksusowych oraz premium (17% r/r). Według prognoz do 2023 roku rynek ten może osiągnąć wartość 26,4 mld zł, co daje wzrost o około 70% od 2018 roku. Kolejnym szybko rozwijającym się segmentem jest luksusowa biżuteria i zegarki. Jego wartość w 2018 roku w stosunku do poprzedniego roku może wzrosnąć o 10,2%, osiągając poziom 723 mln zł. Szczególnie wysoką dynamiką charakteryzuje się rynek luksusowych zegarków, którego całkowita wartość do 2023 roku może wzrosnąć prawie dwukrotnie.

Prognozowane średnie roczne stopy wzrostu w wybranych segmentach w latach 2018–2023



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International, GUS, desk research

Szacowana wartość i struktura rynku dóbr luksusowych w Polsce (mld PLN)*



- Pozostałe****
- Kosmetyki i perfumy
- Bizuteria i zegarki
- Usługi hotelarskie i SPA
- Alkohole
- Nieruchomości
- Odzież i akcesoria
- Samochody

*Z powodu zmian w klasyfikacji i nazewnictwie segmentów dóbr luksusowych wprowadzonych przez firmę Euromonitor International wartości poszczególnych kategorii mogą się różnić w stosunku do wartości prezentowanych w poprzednich raportach

**Ze względu na brak jednolitej definicji hoteli luksusowych wartość tego segmentu może wahać się od 1,2 mld zł do 1,8 mld zł

***Ze względu na brak jednolitych klasyfikacji i różne definicje przyjmowane przez firmy z branży nieruchomości wartość rynku luksusowych nieruchomości szacowana była w 2018 roku w przedziale od 1,3 do 3,5 mld zł

****Wzrosty procentowe odnoszą się do dokładnych wartości segmentów, a nie do zaokrąglonych prezentowanych na wykresie

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

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International, GUS i desk research, (p) – prognoza

Całkowita wartość rynku dóbr luksusowych w 2018 roku szacowana jest na 23,9 mld zł, a więc o 13,8% więcej niż w zeszłym roku. Największym segmentem, podobnie jak w ciągu ubiegłych 12 miesięcy, jest sektor samochodów premium i luksusowych, który zwiększył się o 17% i osiągnął wartość 15,5 mld zł. Szacujemy, że w następnych latach będzie rósł równie szybko i do 2023 roku ma szansę osiągnąć poziom 26,4 mld zł. Równie imponującą dynamiką wzrostu charakteryzuje się sektor biżuterii i zegarków, który w ciągu następnych 5 lat może się zwiększyć o 70% i osiągnąć wartość 1,2 mld zł. Na uwagę, pod względem tempa wzrostu, zasługują także segmenty luksusowych alkoholi oraz odzieży i akcesoriów.

Spodziewamy się, że rosnący trend na rynku dóbr luksusowych utrzyma się. Głównymi czynnikami wzrostu będą rosnąca zamożność społeczeństwa, zwiększająca się liczba osób zamożnych oraz zmiany w stylu życia, skutkujące większą popularnością produktów premium i luksusowych. Szacujemy, że w 2023 roku wartość rynku dóbr luksusowych przekroczy 39 mld zł.



Tomasz Wiśniewski
Partner
KPMG w Polsce





Samochody

W całym 2017 roku zarejestrowano w Polsce 65,5 tys. samochodów premium i luksusowych. Szacujemy, że w tym roku liczba sprzedanych pojazdów wzrośnie do 76,5 tys., a całkowita wartość rynku wyniesie 15,5 mld zł. Oznacza to, że segment ten jest największą kategorią rynku dóbr luksusowych w Polsce.

Wśród najpopularniejszych marek premium pierwsze miejsce niezmiennie od kilku lat zajmuje Mercedes, który odpowiada aż za 24% rejestracji w pierwszych trzech kwartałach 2018 roku. Na drugim miejscu znalazło się Audi, na trzecim BMW. Największy wzrost w porównaniu do poprzedniego roku odnotował Jaguar, który sprzedał trzy razy więcej pojazdów. Ogółem w 2017 roku zarejestrowano w Polsce 65,3 tys. nowych aut premium, natomiast w tym roku liczba ta może wynieść 76,3 tys.

W kategorii samochodów luksusowych liderem pozostaje Maserati. Na uwagę zasługuje dynamiczny wzrost rejestracji aut Ferrari i Bentley, których sprzedało się odpowiednio o 11 (+52%) i 19 (+90%) egzemplarzy więcej niż w pierwszych trzech kwartałach 2017 roku. Duże przyrosty osiągnęły również marki Aston Martin, Lamborghini i Lotus, jednak żadna z nich nie przekroczyła 10% udziału w wolumenie sprzedaży samochodów luksusowych. W 2017 roku zarejestrowano w sumie 189 pojazdów tej kategorii; szacujemy, że w tym roku liczba ta wzrośnie do 251.

Według szacunków KPMG całkowita wartość rynku samochodów premium i luksusowych wyniesie 15,5 mld zł w 2018 roku.

Szacowana wartość segmentu samochodów premium i luksusowych

15,5 mld zł

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych PZPM/CEP

Szacunkowa liczba rejestracji nowych samochodów marek premium w 2018 roku

76 259 szt.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych PZPM/CEP

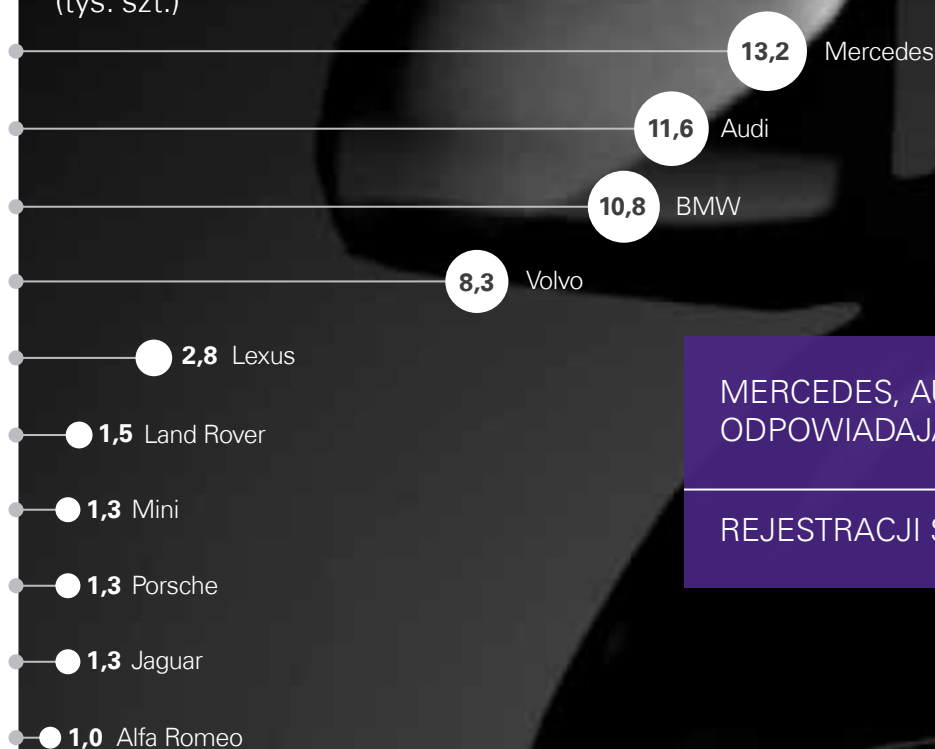
Szacunkowa liczba rejestracji nowych samochodów marek luksusowych w 2018 roku

251 szt.



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych PZPM/CEP

Rejestracje nowych samochodów wybranych marek premium Q1-Q3 2018 (powyżej 1 tys. szt.) (tys. szt.)



MERCEDES, AUDI I BMW
ODPOWIADAJĄ ZA

66%

REJESTRACJI SAMOCHODÓW PREMIUM

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych PZPM/CEP

Rejestracje nowych samochodów luksusowych Q1-Q3 2018 (szt.)



LAMBORGHINI

ZANOTOWAŁO
NAJWIĘKSZY WZROST
SPRZEDAŻY SPOŚRÓD
MAREK LUKSUSOWYCH
W PIERWSZYCH III
KWARTAŁACH
2018 ROKU (+333% R/R)

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych PZPM/CEP

Rynek samochodów osobowych w Polsce

Dane za okres Q1–Q3 2018 dla całego segmentu

Samochody z segmentu premium i luksusowych stanowiły



rejestracji samochodów osobowych

Zarejestrowano



samochodów osobowych

Skoda, Toyota i Volkswagen stanowiły ponad



rejestracji marek popularnych

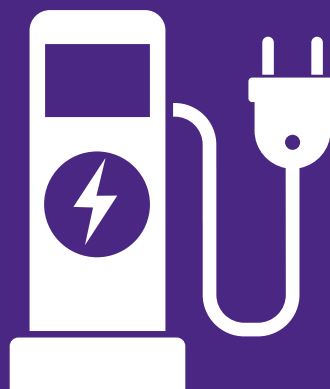
Najpopularniejszym segmentem, który dodatkowo zanotował największy wzrost



SUV-y i crossovery

(118,3 tys.)

Zarejestrowano



958

samochodów z napędem elektrycznym

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych PZPM/CEP

Podstawą strategii marki BMW jest odważne kreowanie przyszłości motoryzacji. Dlatego mamy własne rozumienie, czym jest luksus – a więc czym mają być dla klientów auta z tego segmentu. Linia najbardziej luksusowych modeli marki – serii 7, serii 8, X7 czy wizjonerskie i8 – wyróżnia się na rynku nie tradycyjnym „błyszczącym” przepychem, ale swoim progresywnym charakterem. Składają się na niego innowacje technologiczne (digitalizacja czy systemy półautonomiczne) oraz wdrażanie rozwiązań zrównoważonych, przede wszystkim elektryfikacja. Oczywiście nadal oferujemy najwyższy komfort, ale jednocześnie widzimy, że luksus wymaga znacznie więcej. Dzięki takiemu nowoczesnemu podejściu zauważyliśmy rosnące zainteresowanie zupełnie nowych grup klientów: przedsiębiorców działających w sektorach nowych technologii czy firmach internetowych; właścicieli start-upów, osób coraz młodszych. Dla nich auto nie jest już symbolem statusu, za to oczekują najwyższego zaawansowania technologicznego – są pionierami, chcą uczestniczyć w globalnych zmianach oraz dokonywać wyborów z myślą o środowisku. Kolejnym trendem jest przewartościowanie priorytetów zamożnych klientów: z dóbr materialnych na docenienie wolnego czasu i możliwości decydowania o sobie. W obecnych czasach są to wyznaczniki luksusu. A dobra materialne, takie jak auto, mają te wartości reprezentować – czyli dawać radość, poczucie wolności.



Baudouin Denis
General Manager
BMW Group Polska

Możemy zaobserwować, że dobra sytuacja ekonomiczna w kraju odzwierciedla siłę nabywczą konsumentów segmentu super premium, która stale rośnie. Jest to również zauważalne po stronie producentów, gdzie wartość nakładów na design, technologię i rozwój jest nieporównywalna z ubiegłymi latami. Tempo premier nowych modeli nigdy nie było tak wysokie. Aston Martin, dla przykładu, zobowiązał się do prezentowania co roku nowego modelu przez siedem kolejnych lat i konsekwentnie realizuje ten plan.

Zgodnie z oczekiwaniami konsumentów pojawia się coraz więcej modeli, które możemy traktować użytkowo. Samochody z najwyższego segmentu przestały pełnić rolę dodatkowego samochodu w garażu, ale coraz częściej są codziennym środkiem transportu. Odpowiedzią na ten popyt są modele SUV, które uzupełnią wkrótce gamy modelowe niemalże każdej marki.

Rośnie też świadomość wartości produktu wśród grupy docelowej. Dowodem na to jest choćby gotowość do zamówień najbardziej wyjątkowych, limitowanych modeli, na dostarczenie których czas oczekiwania liczony jest w latach. Dodatkowo, na przestrzeni dekady, ceny tych modeli znacznie wzrosły i sięgają nawet kilku milionów euro. Limitowane edycje oraz krótkie serie są bardzo poszukiwane i traktowane często jako forma lokaty kapitału.



Michał Maske
Sales & Marketing Manager
Aston Martin Warszawa



Odzież i akcesoria

Wartość rynku luksusowej odzieży i akcesoriów szacowana jest na prawie 2,9 mld zł, co oznacza wzrost o 7,2% w porównaniu do poprzedniego roku. Jest to drugi największy segment dóbr luksusowych w Polsce. W jego skład wchodzi: odzież i obuwie, oraz akcesoria, takie jak okulary, paski, rękawiczki, apaszki.

Luksusowa odzież i akcesoria to szybko rozwijający się segment rynku. Według prognoz średnioroczny wzrost tej kategorii w latach 2018–2023 wyniesie 7,2%, a szacowana wartość rynku w 2023 roku przekroczy 4 mld zł.

Główny udział w segmencie luksusowych ubrań ma odzież damska, której wartość stanowi ponad 60% całej kategorii, jednakże to odzież męska osiąga wyższy wzrost.

Najbardziej dynamicznie rosnącą podkategorią jest obuwie – według szacunków w 2018 roku wartość jej wzrosła o 8,7%, a rok później już o ponad 10%.

Na tle innych krajów Polska odznacza się relatywnie niewielkim rynkiem luksusowej odzieży – stanowi on zaledwie 6,8% wartości całego rynku. Dla porównania udział tej kategorii w całym rynku we Włoszech wynosi 22,7%, we Francji – 21,8%, a w Wielkiej Brytanii – 10,4%.

Prognozowana wartość rynku odzieży i akcesoriów w 2018 roku może wynieść blisko

2,9 mld zł

Szacowany wzrost średnioroczny rynku luksusowych ubrań i akcesoriów w latach 2018–2023



Udział poszczególnych kategorii w rynku odzieży luksusowej

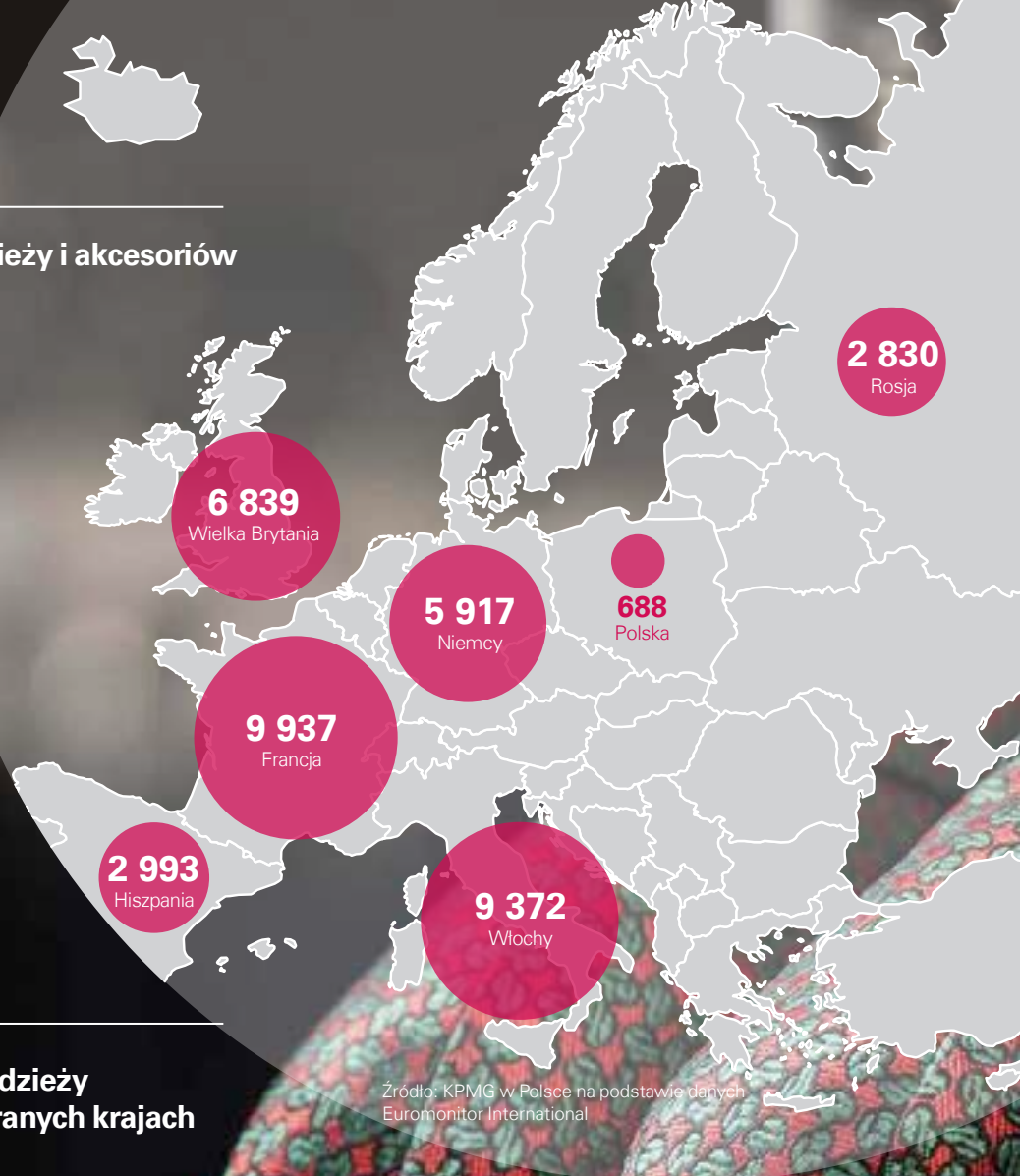
61% 34% 5%

Damska Męska Dziecięca



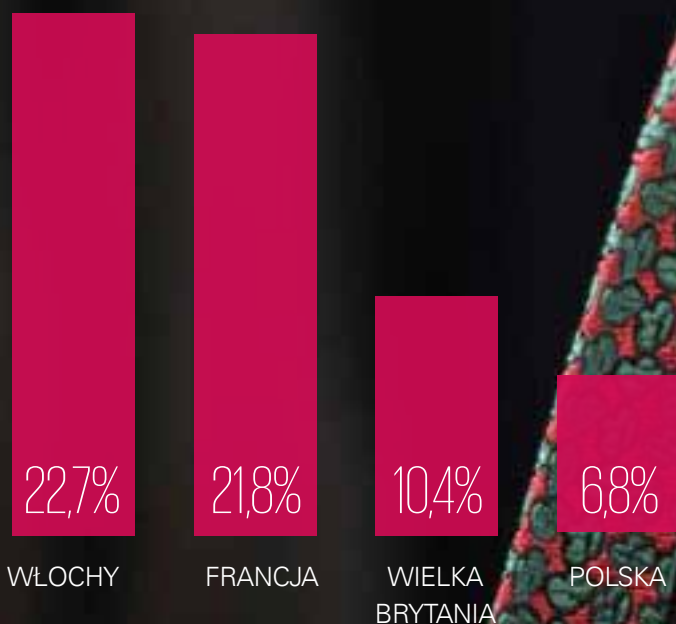
W 2018 roku największy wzrost r/r w kategorii luksusowej odzieży i akcesoriów został odnotowany w segmencie obuwia

Wartość rynku luksusowej odzieży i akcesoriów w wybranych krajach (wartość łączna, mln EUR, 2018)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

Udział segmentu luksusowej odzieży w całym rynku odzieży w wybranych krajach



SZACOWANA WARTOŚĆ RYNKU
W 2023 ROKU PRZEKROCZY

4 MLD PLN

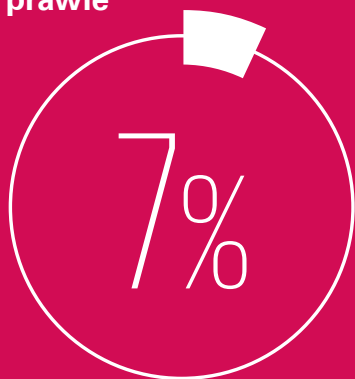
Rynek odzieży i akcesoriów w Polsce

Szacunkowe dane za 2018 rok dla całego segmentu

Wartość rynku odzieży i akcesoriów może wynieść

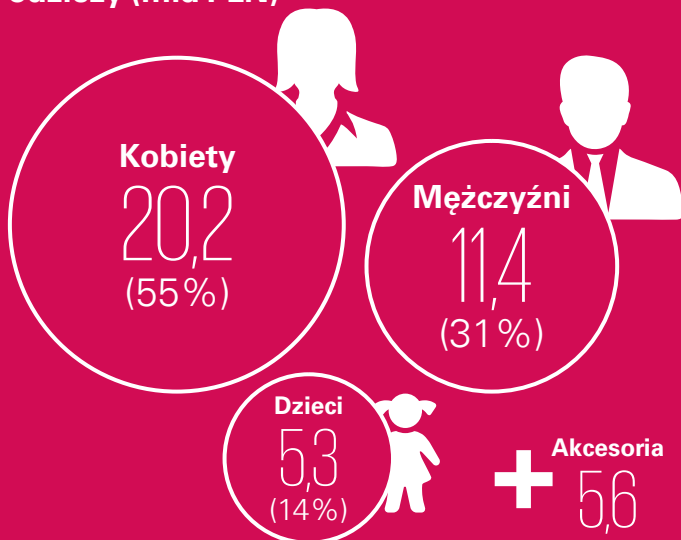
42,5 mld zł

Luksusowa odzież i akcesoria stanowiły prawie



wartości całego rynku odzieży i akcesoriów

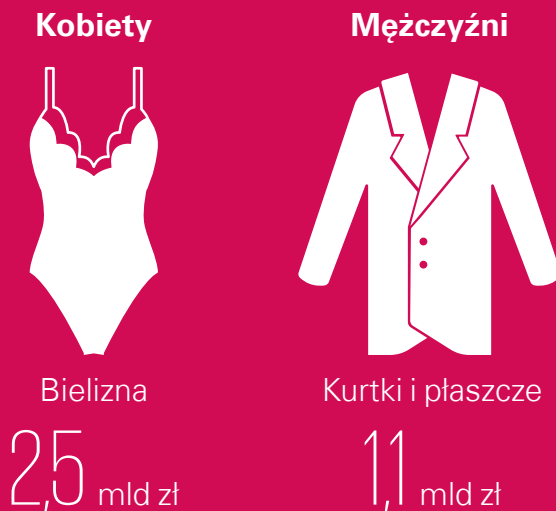
Wartość i udział procentowy w rynku odzieży (mld PLN)



Wartość segmentów i ich udział w całym rynku odzieży i akcesoriów (mld PLN)



Podkategoria o największej wartości sprzedaży



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International



Nieruchomości

Wzrastająca zamożność społeczeństwa oraz polepszająca się koniunktura gospodarcza sprawiają, że rynek nieruchomości luksusowych charakteryzuje się stabilnym wzrostem. Największa liczba luksusowych apartamentów i rezydencji w Polsce znajduje się w Warszawie. Oprócz stolicy stosunkowo dużym rynkiem nieruchomości luksusowych odznaczają się Kraków, Trójmiasto, Wrocław i Poznań.

O zaliczeniu nieruchomości do grona luksusowych decyduje nie tylko cena, ale również takie czynniki, jak lokalizacja, walory estetyczne, jakość, rozwiązania technologiczne oraz unikatowość. Coraz większa różnorodność na rynku nieruchomości luksusowych sprawia, że firmy są w stanie dotrzeć do szerszego grona klientów. Firmy, aby sprostać rosnącym wymaganiom klientów, muszą kłaść nacisk nie tylko na jakość, ale również na rozwiązania oraz udogodnienia dopasowane indywidualnie do potrzeb potencjalnego nabywcy, który ma swój specyficzny styl życia, preferencje czy zainteresowania.

W porównaniu z rynkami zagranicznymi Polska charakteryzuje się relatywnie niską ceną nieruchomości luksusowych. Według raportu Poland Sotheby's International Realty za metr kwadratowy apartamentu w Nowym Jorku, Paryżu czy Londynie trzeba zapłacić od 5 do 10 razy więcej.

Szacujemy, że wartość rynku nieruchomości luksusowych może wynieść 1,3 mld zł w 2018 roku. W związku z różnicami w przyjmowanych definicjach wartość ta może się wahać i wynieść nawet 3,5* mld zł.

*Dane na podstawie raportu Poland Sotheby's International Realty (2017)

Wybrane czynniki decydujące o uznaniu danej nieruchomości za luksusową



cena

lokalizacja



wykończenie

otoczenie



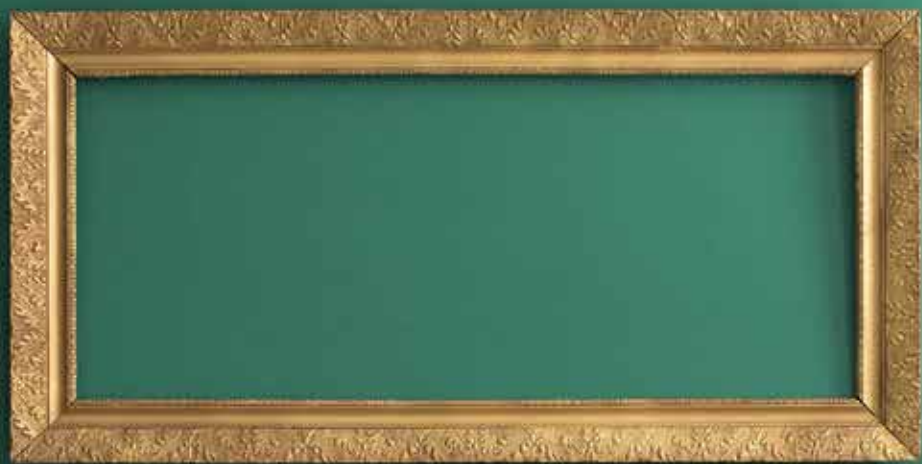
infrastruktura



Zarówno na świecie, jak i w Polsce dostrzegamy znaczące odmładzanie się grupy zamożnych klientów. Ogromny wpływ na tę zmianę miał skokowy rozwój branży IT i nowych technologii, z której w dużej mierze wywodzą się tzw. „nowi zamożni” konsumenci (ang. „the new affluent”). Są to ludzie bardzo świadomi, podążający za światowymi trendami i nowocześni. W Polsce, po burzliwych wydarzeniach XX wieku, ponownie na szeroką skalę pojawiają się także symptomy zjawiska w krajach zachodnich powszechnego od stuleci, czyli dziedziczenia przez osoby młode majątków po rodzicach czy krewnych. Wszystko wskazuje więc na to, że zarówno liczba osób zamożnych nad Wisłą, jak i skala majątku zgromadzonego przez Polaków nadal powinny rosnąć.

Awans do grupy osób zamożnych oznacza zmianę stylu życia, rośnie więc popyt na dobra luksusowe. To dobry prognostyk szczególnie dla branży nieruchomości z górnej półki. Rosnąca zamożność wiąże się ze zwiększoną ilością gotówki do zainwestowania, a nieruchomości, także te z segmentu premium i luksusowego, są obecnie jednym z pewniejszych i bardziej opłacalnych aktywów inwestycyjnych. Ponadto luksusowy dom czy apartament to wydatek rzędu co najmniej kilku milionów złotych, w praktyce nie jest więc możliwe kupienie nieruchomości luksusowej aspiracyjnie. To dobra zarezerwowane wyłącznie dla tych, których rzeczywiście na nie stać.

Arkadiusz Wojciechowski
Dyrektor Zarządzający
Poland Sotheby's
International Realty







Definicję segmentu apartamentów i rezydencji premium stworzyliśmy dzięki doświadczeniom zebranych w Tacit Investment podczas sprzedaży apartamentowca Cosmopolitan. To była odpowiedź na niejednoznaczne i nieprzejrzyste nazewnictwo stosowane na tym rynku.

Przyjęliśmy, że segment apartamentów ekskluzywnych to 1% wszystkich nieruchomości mieszkaniowych dostępnych na danym rynku. Tego typu transakcji notujemy obecnie w stolicy około 200 rocznie. W przypadku Warszawy takie apartamenty sprzedawane są dzisiaj w cenie przekraczającej 20 tys. zł za metr kwadratowy. Wśród transakcji nie brakuje takich, gdzie ceny wynoszą powyżej 35 a nawet 40 tys. zł za metr kwadratowy, choć w skali miasta jest ich zaledwie kilkanaście. Na rynkach poza Warszawą, szczególnie tam gdzie podaż lokali mieszkaniowych jest zdecydowanie mniejsza, zwiększyliśmy wielkość próby do 3%, aby liczba transakcji była reprezentatywna.

Perspektywy dla segmentu nieruchomości premium w Polsce są bardzo dobre. Ekskluzywnych produktów przybywa i uważamy, że ten trend się utrzyma. Deweloperzy zachęteni stabilnym popytem realizują nowe projekty, wyciągając wnioski z wcześniejszych realizacji. Każdy obecny klient segmentu premium jest potencjalnym nabywcą kolejnego produktu tej klasy. Prawdziwy luksus oznacza bowiem mieć, „bo chciałbym mieć ten adres w swojej kolekcji”, „bo mogę sobie na to pozwolić”, nawet jeśli czas spędzony pod danym adresem to zaledwie niewielka część roku.

Wraz ze wzrostem zamożności Polaków oferta segmentu premium globalnie rośnie. Natomiast zgodnie z naszą definicją ekskluzywny pozostanie zawsze ten 1%, a w górę zmieniać się będzie cena za metr kwadratowy, która ten 1% definiuje. Miernikiem sukcesu dla najlepszych nieruchomości będzie to, czy w perspektywie przyszłego czasu na rynku wtórnym osiągną ceny wyższe niż na pierwotnym.

Nieruchomość premium to oczywiście wyjątkowa lokalizacja, a konkretnie unikalny i imponujący widok, który ta lokalizacja gwarantuje. Najpiękniejsze parki, najważniejsze miejskie place, wschody i zachody słońca widziane z okien apartamentu mają największy wpływ na jego cenę. Istotna jest także wielkość i jakość przestrzeni, unikalność projektu i materiałów wykończeniowych, a także dodatkowe usługi dla mieszkańców. Klienci w pewnym sensie kupują także czas, którego nie muszą poświęcać na coś, co zrobi za nich ktoś inny, np. concierge. Kupują też prestiż i adres, który jest potwierdzeniem przynależności do wyjątkowo elitarnego klubu.

Wśród nabywców nieruchomości segmentu premium dominują przedstawiciele prywatnego biznesu, przedsiębiorcy, właściciele firm rodzinnych rozsiadanych po całej Polsce, artyści i sportowcy. Jesteśmy przekonani, że z każdym rokiem będą mieli coraz większy wybór, także na rynkach lokalnych, gdzie stale przybywa wartych zainteresowania projektów dla najbardziej wymagających klientów.

Karolina Kaim
Prezes
Tacit Investment



Alkohole

Rynek alkoholi luksusowych w Polsce może osiągnąć w 2018 roku wartość prawie 1,2 mld zł. Pomimo wzrostu na poziomie 9,7% r/r kategoria ta stanowi niewielką część całego rynku alkoholi, którego wartość szacowana jest na 62,5 mld zł.

Rynek alkoholi luksusowych to napoje spirytusowe, których udział jest szacowany na 72%, oraz na wina i szampany. Do napojów spirytusowych zalicza się między innymi whisk(e)y, która charakteryzuje się największą dynamiką wzrostu spośród wszystkich luksusowych alkoholi. Wartość jej sprzedaży wzrosła o 11% w stosunku do poprzedniego roku.

Aktualne prognozy rynku alkoholi luksusowych pokazują, że w 2023 roku jego wartość wyniesie 1,9 mld zł, co oznacza wzrost średnioroczny równy 9,6%. Choć rynek alkoholi luksusowych rośnie z roku na rok, to w porównaniu z innymi krajami Europy Zachodniej jest dosyć mały. W Wielkiej Brytanii rynek luksusowych alkoholi szacowany jest na ponad 10,3 mld zł, we Francji prawie 9,5 mld zł, a w Niemczech na około 4,7 mld zł.

Wartość rynku alkoholi luksusowych w 2018 roku szacowana jest na

1,2 mld zł



Ponad

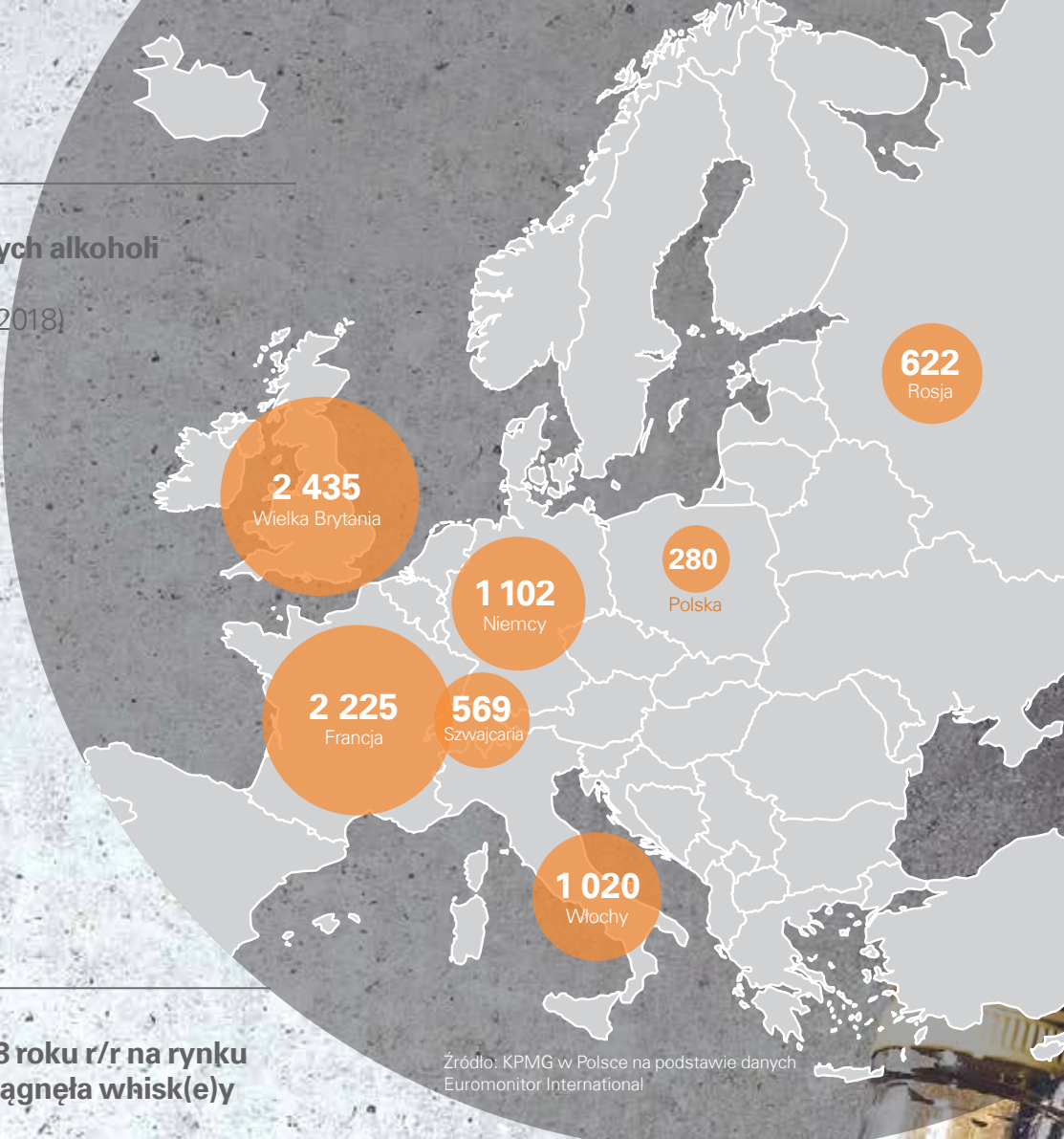
2/3

alkoholi luksusowych stanowią napoje spirytusowe

Szacowany średnioroczny wzrost rynku alkoholi luksusowych w latach 2018–2023 wyniesie



**Wartość rynku luksusowych alkoholi
w wybranych krajach**
(wartość łączna, mln EUR, 2018)



**Najwyższy wzrost w 2018 roku r/r na rynku
luksusowych alkoholi osiągnęła whisky(e)**



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

PROGNOZOWANA WARTOŚĆ
RYNKU W 2023 ROKU WYNIESIE

1,9 MLD PLN



© 2018 KPMG Sp. z o.o. jest polską spółką z ograniczoną odpowiedzialnością i członkiem sieci KPMG składającej się z niezależnych spółek członkowskich i powiązanych z KPMG International Cooperative („KPMG International”), podmiotem prawa szwajcarskiego. Wszystkie prawa zastrzeżone.

Rynek alkoholi w Polsce

Szacunkowe dane za 2018 rok dla całego segmentu

Wartość rynku alkoholi może wynieść

62,5 mld zł



Od 2012 roku segment

Whisk(e)y

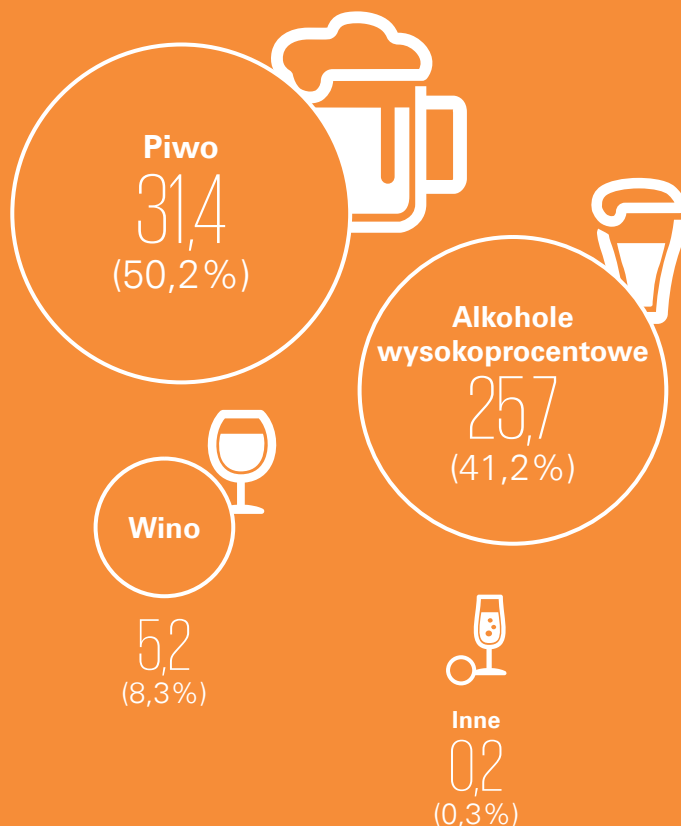
wzrósł o

113% (3,7 mld zł)



szacowany wzrost wartości segmentu win w 2018 r/r

Wartość i udział procentowy w rynku alkoholi (mld PLN)



Alkohole luksusowe stanowią niecałe



wartości całego rynku alkoholi

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International



Łukasz Piwowarczyk
Head of Reserve Poland
DIAGEO

Wyniki sprzedaży w Polsce produktów z luksusowego portfolio Diageo Reserve potwierdzają utrzymujące się trendy premiumizacji. Na tle naszej oferty zauważamy relatywnie większy wzrost w kategorii de luxe. Jest to rezultat przechodzenia z segmentu premium do wyższego, a nie zwiększonej konsumpcji alkoholu w obrębie grupy konsumentów. W sprzedaży detalicznej zmiany są szczególnie widoczne w okresach świątecznych.

Whisky pozostaje najsilniejszym alkoholem z naszego portfolio wśród Polaków, jednak w segmencie de luxe dynamicznie rosną nasze giny, rumy i wódki. Konsumenci pozostają w swojej kategorii alkoholi, ale szukają bardziej luksusowych alternatyw.

Polacy chętniej też odwiedzają lokale, gdzie marki z wyższej półki stają się coraz bardziej poszukiwane i dostępne. Pierwszy w Polsce World Class Cocktail Festival 2018 zanotował aż 8000 uczestników i był drugą co do wielkości imprezą tego typu po Londynie.

Wyraźnie widać, że wybory konsumentów opierają się nie tylko na klasycznym rozumieniu jakości i elitarności. Dodatkowo, na rozwój rynku wpływa pokolenie millenialsów. Produkty luksusowe, w tym alkohole coraz intensywniej są obecne w sieci. Konsumenci z tego segmentu oczekują innowacji, wyjątkowych doświadczeń, budowania społeczności, a także działania w zgodzie z zasadą zrównoważonego rozwoju. W tych dziedzinach segmenty premium i super-premium czują się znakomicie.



Krzysztof Maruszewski
Prezes
Stilnovisti Investments

Rośnie zamożność Polaków, a także ich oczekiwania wobec życia. Chcemy dziś żyć zgodnie z filozofią work-life balance. Pomaga nam w tym edukacja. Otwarty dostęp do wszystkiego, co dzieje się na świecie, jest możliwy dzięki digitalizacji oraz mediom społecznościowym. Skoro widzimy, na jaki luksus mogą pozwolić sobie ludzie w różnych zakątkach świata, my również chcemy sięgać po to samo. Dotychczas najwięcej naszych klientów było ludźmi po czterdziestce, którzy osiągnęli sukces zawodowy najczęściej we własnych, rodzinnych firmach. Od kilku lat wśród klientów pojawiają się osoby młode, które osiągnęły sukces, prowadząc projekty start-up'owe. Ten trend nie dotyczy tylko Polski. Wśród klientów mamy zarówno Polaków, jak i obcokrajowców. Trzy lata temu otworzyliśmy biuro w szkockim Dufftown, co pozwoliło nam pozyskiwać inwestorów nie tylko ze Szkocji, ale także z USA czy Azji. Przeciętny inwestor to osoba, która chce dywersyfikować swój portfel inwestycyjny. Ponieważ udział inwestycji alternatywnych w portfelu nie powinien przekraczać 20% kapitału, są to raczej osoby zamożne, gdyż minimalny próg inwestycji w beczki wynosi 20 tys. zł. Gdy klienci decydują się na inwestycje w beczki whisky, mają już zwykle dość dobry przegląd rynku. Wiedzą na przykład, czym różni się inwestycja w wino i whisky, co to jest whisky single malt oraz jak drewniane beczki wpływają na ostateczny smak whisky. Więc w odniesieniu do lat poprzednich nasi klienci są bardziej wyedukowani i chętni, by tę wiedzę uzyskać. Od kilku lat staramy się im w tym pomagać. Wydajemy dwa kwartalniki w całości poświęcone tematyce whisky. Jest to wydawany na polskim rynku Magazyn Whisky oraz międzynarodowy Whisky Quarterly.

Segment luksusowych alkoholi jest w Polsce stosunkowo niewielki w porównaniu z krajami Europy Zachodniej, ale za to bardzo dynamicznie rośnie. Jak wynika z danych Scotch Whisky Association w pierwszej połowie 2018 roku import szkockiej whisky single malt do Polski w ujęciu ilościowym wzrósł o ponad 35%. W ujęciu wartościowym wynik prezentuje się podobnie i wynosi 32%. Oznacza to, że Polacy coraz częściej sięgają po whisky. To dlatego, że podróżujemy po całym świecie, poznajemy inne kultury i edukujemy się również w zakresie alkoholi wysokoprocentowych. Wysoką dynamikę rozwoju segmentu alkoholi premium potwierdza raport firmy badawczej IWSR, wedle którego Polska jest jednym z rynków o największym potencjale dla kilku obiecujących kategorii (takich jak np. whisky single malt). Konsumpcja whisky w ubiegłym roku stanowiła 10% całej konsumpcji alkoholu wysokoprocentowego. Według prognoz IWSR udział whisky w tym segmencie wzrośnie do 14% w zaledwie 4 lata. W perspektywie najbliższych 5 lat rynek whisky na świecie jest bezpieczny. Inwestycje w whisky nie są zależne od zawirowań na rynkach finansowych. Rosnąca liczba destylarni w Szkocji pokazuje, jak bardzo branża się rozwija, zyskując nowe rynki zbytu. A kto raz pokochał whisky, na pewno będzie jej wierny.

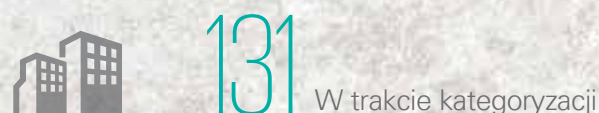
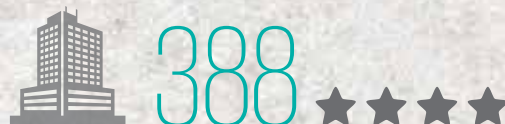
Usługi hotelarskie i SPA

Sektor luksusowych hoteli i SPA jest jednym z największych segmentów rynku dóbr luksusowych. Z roku na rok zwiększa się liczba tego typu obiektów w Polsce. Jednocześnie rośnie wartość tego sektora.

W ciągu ostatniego roku przybyły w Polsce trzy hotele pięciogwiazdkowe. Ważnym wydarzeniem było otwarcie Hotelu Europejskiego sieci Raffles, jednego z kluczowych graczy na światowej mapie ekskluzywnych hoteli. Pomimo rozwoju segmentu na polskim rynku wciąż niewiele obiektów spełnia kryteria światowego luksusu. Ogółem w Polsce na koniec lipca 2018 roku było 68 tego typu obiektów, w których znajdowało się ponad 8800 pokoi. Jak wynika z danych GUS, już tylko w dwóch województwach – łódzkim i lubuskim – nie ma żadnego hotelu pięciogwiazdkowego.

Ze względu na brak jednolitej definicji hoteli luksusowych wartość tego segmentu może wahać się od 1,2 mld zł do 1,8 mld zł.

Liczba hoteli w Polsce (2018)*



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS

*Stan na koniec lipca 2018 r.

Liczba pokoi w hotelach 5* w poszczególnych województwach (2018)*



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS
*Stan na koniec lipca 2018 r.



Rynek usług hotelarskich i SPA w Polsce

Szacunkowe dane dla całego segmentu

Wartość rynku usług hotelarskich i SPA może wynieść (2018)

6,8 mld zł

5 najpopularniejszych powiatów według liczby noclegów*



W Polsce działa*

2 592 hoteli, które oferują łącznie

136 080

pokoi hotelowych

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS

*Dane za pierwszą połowę 2018 roku

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS

*Dane za pierwszą połowę 2018 roku

W 2017 roku w obiektach hotelowych gościło

24,1 mln turystów

(18,1 mln turystów krajowych i 6 mln turystów zagranicznych)

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS (dotyczy turystycznych obiektów noclegowych posiadających 10 i więcej miejsc noclegowych)

2,6%
Udział hoteli 5-gwiazdkowych w całkowitej liczbie hoteli

6,5%
Udział pokoi w hotelach 5-gwiazdkowych w całkowitej liczbie pokoi hotelowych

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS

*Dane za pierwszą połowę 2018 roku



Rynek luksusowych hoteli w Polsce jest wciąż na wczesnym etapie rozwoju. Prawdziwego luksusu jest u nas niewiele, choć bez wątpienia jest to rynek, który rośnie z roku na rok. Wzrasta również świadomość gości hotelowych, a co za tym idzie – zwiększają się ich wymagania. I to wpływa pozytywnie na rozwój całego segmentu. Biorąc pod uwagę funkcjonowanie trzech Hotelu SPA Dr Irena Eris – w Krynicy-Zdróju, Polanicy-Zdróju oraz na Wzgórzach Dylewskich perspektywy wzrostu tego rynku są dobre. W naszych hotelach najważniejszy jest serwis na najwyższym poziomie połączony z najwyższą jakością oferowanych usług. Nasi goście oczekują przede wszystkim indywidualnego podejścia oraz wyjątkowego komfortu. Równie istotna jest oferta zabiegów w Kosmetycznym Instytucie, znajdującym się w każdym z hoteli. Ewentualne spowolnienie gospodarcze może spowodować drobne problemy obiektów nastawionych na obszar tzw. MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), jednak te dla których najważniejsi są goście indywidualni, nie powinni tego odczuć.

Henryk Orfinger
Prezes
Dr Irena Eris



Bizuteria i zegarki

Rynek biżuterii i zegarków luksusowych rozwija się dynamicznie – w porównaniu z poprzednim rokiem wartość tego segmentu wzrosła o 10,2%. W 2018 roku szacunkowa łączna kwota sprzedaży luksusowej biżuterii i zegarków wyniosła 723 mln zł, z czego ponad 60% stanowiła biżuteria.

Perspektywy rozwoju tej kategorii są również bardzo dobre. Jak wynika z analiz do 2023 roku jej wartość wyniesie 1,2 mld zł (687 mln zł dla biżuterii i 544 mln zł dla zegarków), co oznacza wzrost o 70% w porównaniu do 2018 roku. Szczególnie wysoką dynamiką wzrostu odznaczają się luksusowe zegarki (+13% r/r). Średnioroczne tempo wzrostu dla tej podkategorii w latach 2018–2023 plasuje się na poziomie 14%, co czyni ją jednym z najszybciej rozwijających się segmentów.

Głównymi nabywcami luksusowych zegarków są mężczyźni – aż 80% wartości całej kategorii stanowią zegarki męskie. Odwrotna sytuacja jest w przypadku luksusowej biżuterii, gdzie 67% wartości całego segment przypada na biżuterię damską.

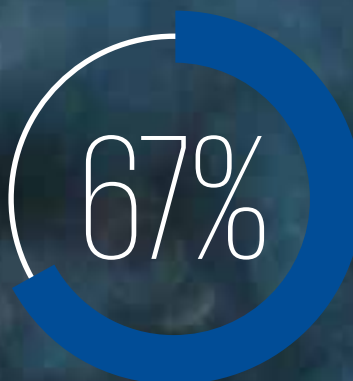
Podobnie jak w przypadku sektora luksusowej odzieży i akcesoriów największymi europejskimi rynkami są Włochy, Wielka Brytania oraz Francja. W każdym z tych państw wartość rynku w 2018 roku jest szacowana na kwotę ponad 3 mld EUR.

Szacowany wzrost rynku luksusowej biżuterii i zegarków w 2018 roku

10%

Wartość rynku luksusowej biżuterii i zegarków może wynieść w 2018 roku

723 mln zł



wartości rynku biżuterii luksusowej stanowi luksusowa biżuteria damska



wszystkich zegarków luksusowych stanowią luksusowe zegarki męskie

Wartość rynku luksusowej biżuterii i zegarków w wybranych krajach (wartość łączna, mln EUR, 2018)



Luksusowa biżuteria stanowi prawie

2/3 rynku luksusowej biżuterii i zegarków

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

Średnioroczny wzrost rynku luksusowej biżuterii i zegarków w latach 2018–2023



PROGNOZOWANA WARTOŚĆ RYNKU W 2023 ROKU PRZEKROCZY

1,2 MLD PLN

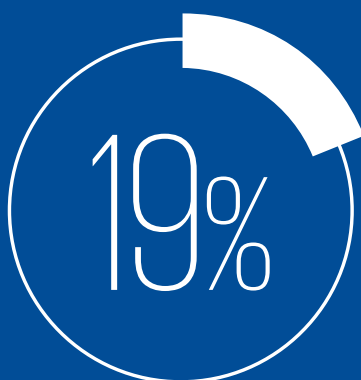
Rynek biżuterii i zegarków w Polsce

Szacunkowe dane za 2018 rok dla całego segmentu

Wartość rynku biżuterii i zegarków może wynieść

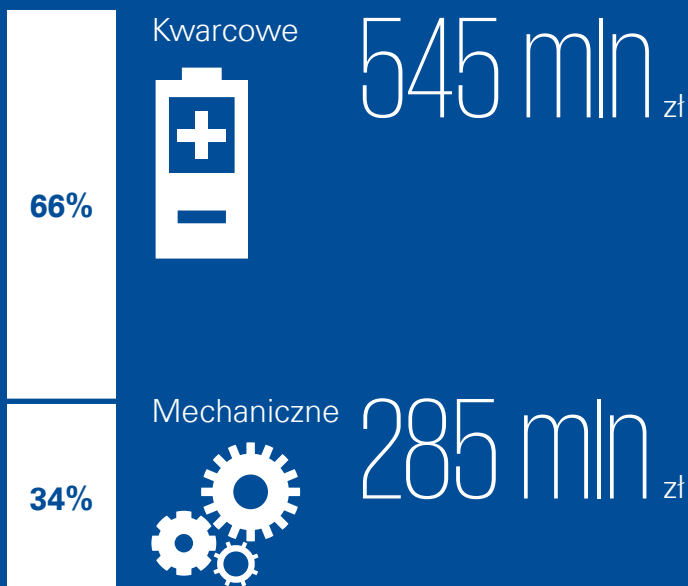
3,8 mld zł

Biżuteria i zegarki luksusowe stanowią

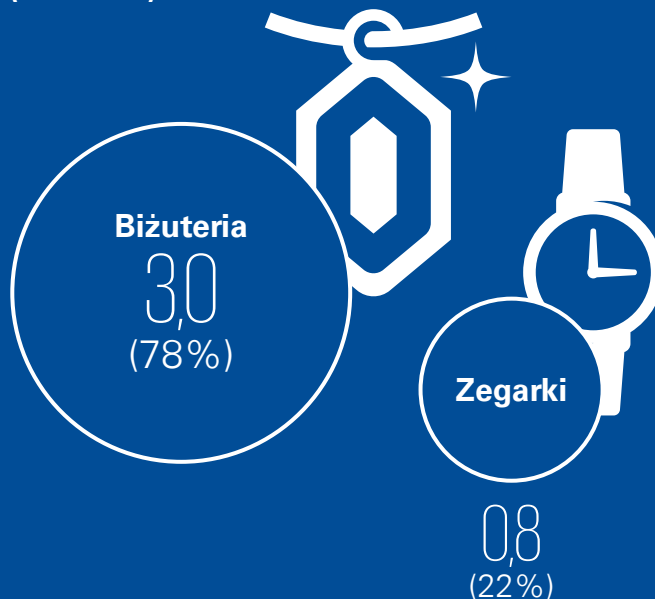


całego rynku biżuterii i zegarków

Wartość segmentu zegarków wg typu mechanizmu



Wartość i udział procentowy w rynku (mld PLN)



Prognozowany wzrost rynku biżuterii i zegarków do 2023 roku



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International



Zdecydowanie rosnąca zamożność Polaków i generalna zmiana w postrzeganiu produktów jubilerskich sprawiają, że rok do roku zyskujemy nowych klientów. Nie korzystalibyśmy jednak z tej tendencji w tak ogromnym stopniu, gdyby nie nasze zrozumienie zmieniających się trendów i potrzeb konsumenckich. Klienci poszukują dzisiaj ciekawych wzorniczo, wyróżniających się produktów, które pozwolą im wyrazić siebie. Do jubilerów zagląдают nie tylko osoby szukające tradycyjnych wyrobów, ale też pokolenie wychowane w mediach społecznościowych, które pragnie się pokazać i odróżnić od grupy rówieśniczej. W W.KRUK rozumiemy ten trend, dlatego wykorzystujemy nasz potencjał wynikający z długiej tradycji marki w tworzeniu nowoczesnych, atrakcyjnych wzorniczo i cenowo produktów. Ciekawą grupą, rosnącą dynamicznie w ostatnich latach, są młodzi mężczyźni, którzy coraz wcześniej kupują zegarki wysokiej klasy. To klienci lojalni, którzy po pierwszym zakupie wracają po kolejne modele zegarków. Nową, ważną dla nas grupą są klienci zainteresowani nowoczesnymi akcesoriami W.KRUK, o jakości wzorniczej i wykonania porównywalnej do produktów zagranicznych marek selektywnych. To kategoria, którą rozwijamy od 2016, notując co roku kilkakrotny wzrost.

Długofalowo, w perspektywie kilku, kilkunastu lat rynek dóbr luksusowych w Polsce ma bardzo duże możliwości rozwoju. Oczywiście, zgodnie z zapowiedziami niektórych analityków, możliwe jest chwilowe zawahanie wynikające z czynników makroekonomicznych. Rynek luksusowej biżuterii i zegarków jest jednak o tyle specyficzny, że w przeciwieństwie do samochodów czy nowych technologii nie są to kategorie tracące na wartości. Inwestycja w zegarek marki Rolex czy brylantową biżuterię może być jedną z pewniejszych w trudnych czasach. Widząc duży potencjał wzrostu w najbliższych latach, inwestujemy w doświadczenie marki i ofertę W.KRUK. W 2016 roku przedstawiliśmy nowy flagowy koncept salonu, który konsekwentnie wprowadzamy w kluczowych miastach i lokalizacjach. Jako wyłączny przedstawiciel marki Rolex od 2004 roku rozwijamy sieć butików W.KRUK Rolex, w których oferujemy luksusową biżuterię oraz najwyższej klasy zegarki. Na niektóre z nich na całym świecie, jak również w Polsce, czeka się nawet kilka lat – mimo to chętnych nie brakuje. Przedstawicielstwo najśłynniejszej marki zegarkowej na świecie i poziom usług, który oferujemy sprawia, że jesteśmy wiarygodni dla zagranicznych brandów superpremium, które chcielibyśmy wprowadzić na rynek polski. Na 2019 rok zaplanowaliśmy kilka ważnych premier. To inwestycje długoterminowe – finansowo, wizerunkowo, jak również w obszarze relacji z klientami, którym udowadniamy, że doświadczenie zakupu najśłynniejszych marek za granicą nie różni się poziomem jakości obsługi czy wiedzy eksperckiej oferowanej przez W.KRUK.

Radosław Jakociuk
Prezes Zarządu
W.KRUK



Rynek dóbr luksusowych w Polsce ma ogromny potencjał ze względu na wzrost zamożności społeczeństwa. Polacy są bardzo świadomymi odbiorcami produktów jubilerskich, dlatego w przyszłość patrzymy z optymizmem. Coraz częściej zakupy dokonywane są przez Internet, co obserwujemy poprzez wzrost liczby zamówień w sklepie internetowym. W odpowiedzi na ewoluujące potrzeby klientów staramy się wprowadzać nowe rozwiązania technologiczne, wspierające sprzedaż oraz wzmacniające komunikację. Każdego roku w salonach YES prowadzimy kompleksowe badania grupy docelowej. Na przestrzeni lat obraz klienta nie uległ wyraźnym zmianom – najchętniej odwiedzają nas kobiety, które wybierają biżuterię dla siebie.

Monika Klejewska
Dyrektor Działu Marketingu
YES

Kosmetyki i perfumy

Według szacunków wartość rynku luksusowych kosmetyków i perfum wyniesie w 2018 roku 650 mln zł. Oznacza to wzrost o 5% w stosunku do poprzedniego roku. Podobnie jak rynek luksusowej biżuterii i zegarków jest to dosyć niewielki segment, ale odznacza się coraz większą dynamiką wzrostu.

Największy udział w tej kategorii mają perfumy, które stanowią prawie 60% ogólnej wartości segmentu luksusowych kosmetyków i perfum. Coraz większe znaczenie mają kosmetyki kolorowe – jest to najszybciej rozwijająca się podkategoria segmentu luksusowych kosmetyków i perfum. Od 2017 roku jej wartość zwiększyła się o 7,6%, a do 2023 roku może wzrosnąć o ponad 50%.

W najbliższym czasie wartość tej kategorii będzie nadal rosła. Średnioroczne tempo wzrostu w latach 2018–2023 wyniesie 6,2%, a rynek osiągnie szacowaną wartość 877 mln zł w 2023 roku.

Pomimo coraz większego popytu na te produkty w Polsce rynek, w porównaniu z największymi europejskimi krajami, jest wciąż niewielki. Przykładowo wartość segmentu we Francji jest około 17 razy większa.

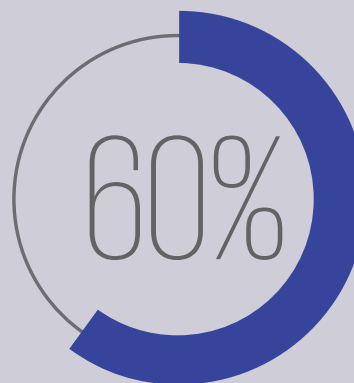
Wartość rynku luksusowych
kosmetyków i perfum w 2018 roku
szacowana jest na kwotę

650 mln zł

Szacowany średnioroczny wzrost
rynku luksusowych kosmetyków
i perfum w latach 2018–2023

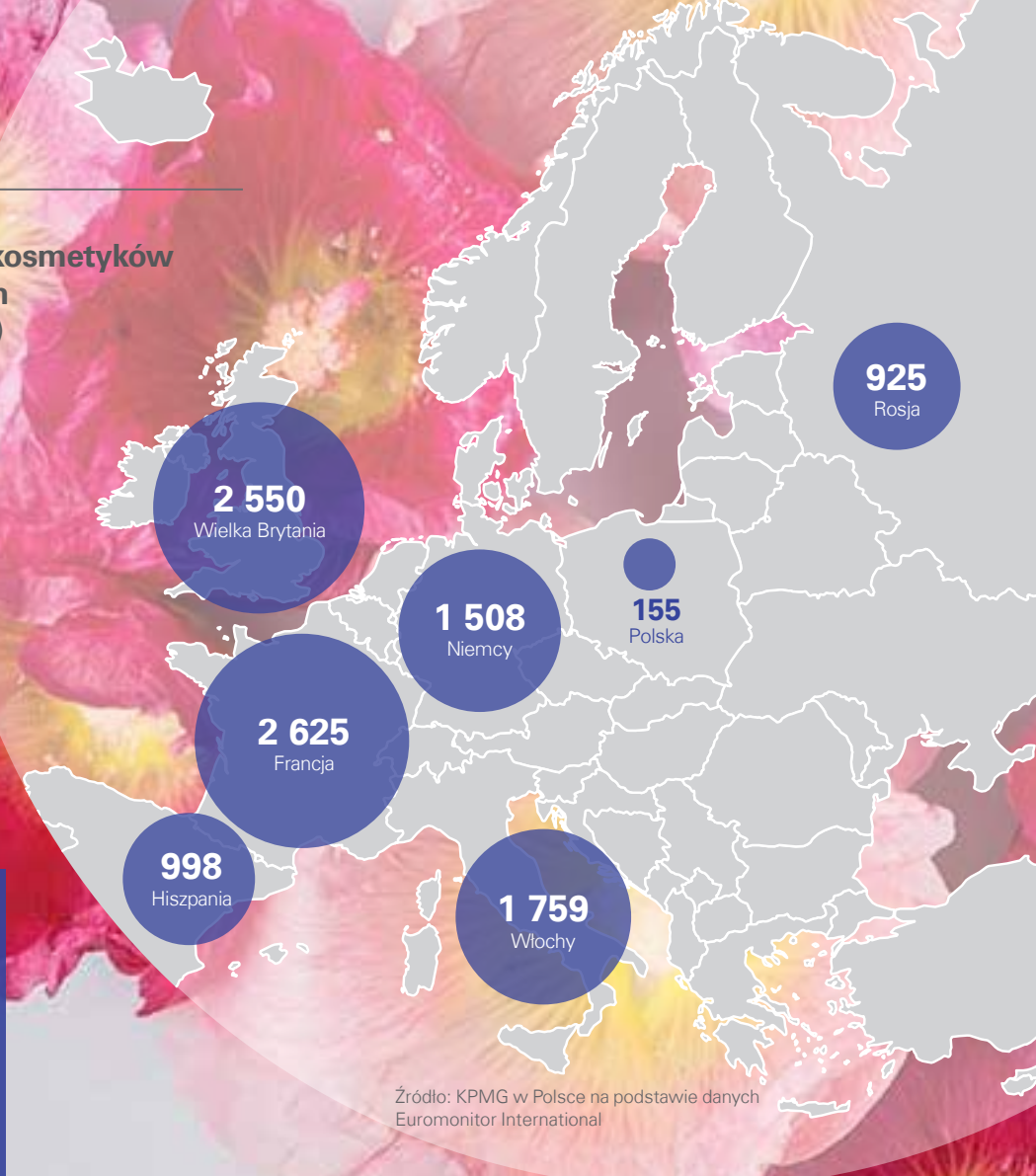


Luksusowe perfumy stanowią



całego rynku
luksusowych
kosmetyków
i perfum

Wartość rynku luksusowych kosmetyków i perfum w wybranych krajach
(wartość łączna, mln EUR, 2018)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International

FRANCUSKI

RYNEK LUKSUSOWYCH KOSMETYKÓW I PERFUM JEST 17 RAZY WIĘKSZY OD POLSKIEGO

Kosmetyki kolorowe zdobywają coraz większą popularność. W 2018 roku osiągnęły wzrost

7,6% r/r



PROGNOZOWANA WARTOŚĆ RYNKU W 2023 ROKU OSIĄGNIĘ

877 MLN PLN



© 2018 KPMG Sp. z o.o. jest polską spółką z ograniczoną odpowiedzialnością i członkiem sieci KPMG składającej się z niezależnych spółek członkowskich i stowarzyszonych z KPMG International Cooperative („KPMG International”), podmiotu prawa szwajcarskiego. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Rynek kosmetyków i perfum w Polsce

Szacunkowe dane za 2018 rok dla całego segmentu

Wartość rynku kosmetyków i perfum może wynieść

18,3 mld zł

Najszybciej rozwijający się segment

kosmetyki kolorowe



zanotowały wzrost o 50% 2012–2018

Kosmetyki i perfumy luksusowe stanowiły



całego rynku kosmetyków i perfum

Mężczyźni wydadzą na kosmetyki i akcesoria do golenia



838 mln zł

Największym segmentem są

kosmetyki do pielęgnacji skóry



4 mld zł, 22% całego rynku

Kosmetyki do pielęgnacji włosów stanowią



wartości całego rynku kosmetyków i perfum

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International



Polski rynek luksusowych perfum i kosmetyków jest wciąż kilkakrotnie mniejszy w porównaniu z rynkami Europy Zachodniej, jednak od wielu lat stabilnie rośnie. Jeżeli spojrzymy na prognozy wzrostu sprzed kilku lat zauważymy, że ten wzrost jest wyższy niż zapowiadano. Zwiększająca się liczba zamożnych Polaków będzie napędzać popyt na dobra tej i pozostałych kategorii. Dla konsumentów dóbr luksusowych ważna jest przede wszystkim najwyższa jakość oraz poziom obsługi. Rok po otwarciu pierwszego Concept Store marki Dr Irena Eris w części poświęconej markom premium w warszawskiej Galerii Mokotów możemy powiedzieć, że spełnia on swoje funkcje. Klienci doceniają ekspozycję kosmetyków, ich innowacyjność, którą możemy przekazać dzięki fachowemu, rzetelnemu doradztwu, wyjątkową elegancję miejsca, w którym mają możliwość poznania wszystkich obszarów działalności marki Dr Irena Eris. Mamy dużą grupę lojalnych klientów, którzy regularnie do nas wracają, a dzisiaj lojalność nie jest już wyłącznie cnotą, ale stała się wymierną wartością biznesową. Od marki luksusowej oczekuje się znacznie więcej – przede wszystkim wyjątkowego doświadczenia i takie właśnie oferujemy w naszym Concept Store Dr Irena Eris, ale także w pozostałych punktach styku z marką takich jak Kosmetyczne Instytuty Dr Irena Eris czy Hotele SPA Dr Irena Eris. Wyjątkowość doświadczenia i innowacyjność to elementy, które są dla nas bardzo istotne. Marka Dr Irena Eris jest jedną z niewielu w Europie, która posiada własną placówkę naukowo-badawczą. Nieustannie inwestujemy w działalność naukową, czego efektem są kolejne patenty oraz nowe, zaawansowane technologicznie, a przy tym bezpieczne kosmetyki. Marka Dr Irena Eris wciąż jest też jedyną niefrancuską marką kosmetyczną w stowarzyszeniu marek luksusowych Comité Colbert – obok takich marek, jak m.in. Chanel, Cartier, Hotel Ritz czy Louis Vuitton.

Joanna Łodygowska
Szef Działu Komunikacji
Dr Irena Eris





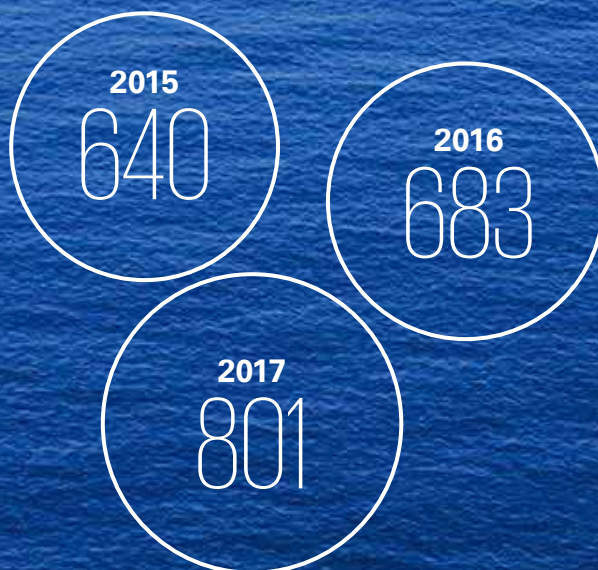
Jachty

Stocznie jachtowe w Polsce należą do jednych z najnowocześniejszych w Europie. Produkowane tam łodzie są znane i cenione na całym świecie ze względu na swoją jakość, wygląd, nowoczesne rozwiązania oraz wieloletnie doświadczenie firm w produkcji tego typu łodzi.

Specjalnością polskich stoczni jest produkcja jachtów motorowych o długości do 9 metrów. Pod względem wolumenu produkcji Polska jest liderem w Europie oraz zajmuje 2 miejsce na świecie (zaraz po USA). Szczególnym uznaniem cieszą się jachty luksusowe. W 2017 roku czołowi producenci sprzedali łącznie 801 jednostek tego typu. W porównaniu z 2016 rokiem ich liczba wzrosła o 118 sztuk, a w porównaniu z 2015 – o 161 sztuk. Dzięki nowym inwestycjom producenci polskich jachtów są w stanie zwiększyć swoje moce produkcyjne oraz w coraz większym stopniu skupić się na udoskonalaniu oraz wprowadzaniu innowacji do produkcji najbardziej prestiżowych jednostek.

Z roku na rok produkowane są coraz droższe oraz coraz bardziej luksusowe modele. Ze względu na wysoką cenę popyt na luksusowe jachty w Polsce jest dosyć niewielki, dlatego większość produkcji przeznaczona jest na eksport. Głównymi kierunkami sprzedaży polskich jachtów luksusowych są Stany Zjednoczone, Europa Zachodnia, Rosja oraz Bliski Wschód, gdzie cieszą się dużą popularnością i uznaniem.

Liczba sprzedanych luksusowych jednostek przez czołowych producentów polskich jachtów



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Polboat

Główne kierunki eksportu polskich jachtów



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Polboat



Na przestrzeni lat obserwujemy wzrost zainteresowania zarówno katamaranami Sunreef Yachts, jak i usługami czarterowymi pośród klientów z Polski. Liczymy, że ta tendencja się utrzyma. Polaków coraz częściej spotykamy na targach nautycznych na całym świecie, co między innymi świadczy o tym, że wykazują zainteresowanie branżą jachtową, która wcześniej była dostępna jedynie dla bardzo mocno wyselekcjonowanego grona. Głównie ze względów budżetowych. Jesteśmy przekonani, że w kolejnych latach będzie więcej polskich właścicieli jednostek pływających różnego typu. W ciągu ostatnich 3 lat przybyło nam 4 klientów z Polski, a na przełomie lat 2002–2015 mieliśmy tylko jednego właściciela z kraju.

Warto wspomnieć, iż rocznie produkujemy w sumie od 12 do 20 łodzi zagłowych oraz motorowych, a ich koszt zaczyna się od 1,5 mln EUR.

Karolina Paszkiewicz-Kołacz
PR & Marketing Director
Sunreef Yachts



Można zauważyć zwiększającą się liczbę klientów kupujących dobra luksusowe. Grupa ta stale się powiększa. Do niedawna mniejsi przedsiębiorcy aktualnie urosli na tyle, że mogą już sobie pozwolić na produkt typu jacht (choć zdajemy sobie sprawę, że lepiej widoczne to jest w kwestii zakupu drogich samochodów czy apartamentów). Natomiast ci więksi przechodzą na większe gabaryty. Widzimy to po rozmiarach sprzedawanych jachtów przez czołowych producentów.

Branża cały czas pamięta głęboki kryzys z 2008 roku i ostrożnie podchodzi do rozwoju rynku w najbliższych latach. Z jednej strony coraz częściej słyszy się w rozmowach, że gospodarka będzie spowalniać a za 2–3 lata można spodziewać się znowu jakiegoś kryzysu, z drugiej strony część analityków zapewnia, że jeszcze przez nawet 5 lat będzie bardzo dobrze na rynku, może bez spektakularnych wzrostów, ale stabilnie.

Reasumując, polskie firmy z branży jachtowej podchodzą do tego z rozwagą, wykazują ostrożność z zadłużeniami przy inwestycjach i starają się maksymalnie wykorzystać sprzyjającą sytuację ekonomiczną.

Sebastian Nietupski
Prezes
POLBOAT
Polska Izba Przemysłu
Jachtowego i Sportów Wodnych







Wraz ze wzrostem zamożności społeczeństwa z roku na rok przybywa armatorów jachtów żaglowych i motorowych. Dawniej klientami byli wyłącznie pasjonaci żeglarstwa. Obecnie przepisy (w zależności np. od akwenu, długości jednostki) pozwalają na prowadzenie nawet 12-metrowych jachtów bez konieczności zdobywania jakichkolwiek uprawnień.

Zwiększonemu zainteresowaniu zakupem łodzi sprzyja rozbudowująca się infrastruktura (modernizowane i nowe mariny), zaplecze techniczne i serwisowe oraz świadczenie usług na najwyższym poziomie.

Dla części klientów jacht jest marzeniem, na którego spełnienie mogą sobie pozwolić dopiero po osiągnięciu danego pułapu finansowego. Dla innych jest alternatywnym dobrem luksusowym dla letniej rezydencji lub sportowego samochodu, a dla kolejnych inwestycją kapitału.

Dużą grupą nabywców w Polsce są firmy czarterowe, które widząc zainteresowanie jachtingiem, poszerzają swoją ofertę o kolejne jednostki i aby skutecznie konkurować na rynku, starają się zastępować starsze nowymi.

Obecnie nie zaobserwowaliśmy sygnałów zwiastujących spowolnienie rynku dóbr luksusowych. Wiodące polskie stocznie mają zagospodarowane moce produkcyjne na minimum 2 lata. W Polsce rejestruje się coraz więcej jachtów. Sprzyja to niewątpliwie dalszemu rozwojowi marin, firm serwisowych i całej branży.

Oczywiście aby się rozwijać, musimy rozszerzać grono nabywców i starać się zainteresować jachtingiem kolejne grupy odbiorców.

Ewa Kot
Członkini Zarządu
POLBOAT
Polska Izba Przemysłu
Jachtowego i Sportów Wodnych



Samoloty

Według danych Urzędu Lotnictwa Cywilnego w Polsce jest zarejestrowanych na osoby fizyczne oraz firmy 1305 samolotów i 221 śmigłowców. Samoloty należą do drogich inwestycji przez co liczba prywatnych statków powietrznych jest dosyć niewielka. Większość nowo zarejestrowanych samolotów i śmigłowców należy do przedsiębiorstw – ponad 81% maszyn latających jest w posiadaniu firm.

Pomimo wysokiej ceny liczba nowych rejestracji z roku na rok wzrasta. W porównaniu z 2017 rokiem statków powietrznych jest o 49 więcej, a w stosunku do roku 2016 przybyło ich 70. Prywatne samoloty są uważane za jedno z najbardziej luksusowych dóbr. Oprócz możliwości szybkiego transportu osoby prywatne nabywają te dobra ze względu na bezpieczeństwo podczas podróży. Dodatkowo rozwijająca się infrastruktura, coraz lepsza jakość i design maszyn dostarczanych przez producentów, a także większa liczba szkół oraz portów lotniczych sprawiają, że zainteresowanie tym rynkiem wciąż rośnie.

273

samoloty są zarejestrowane na osoby fizyczne w Polsce*

*Stan na listopad 2018 r.

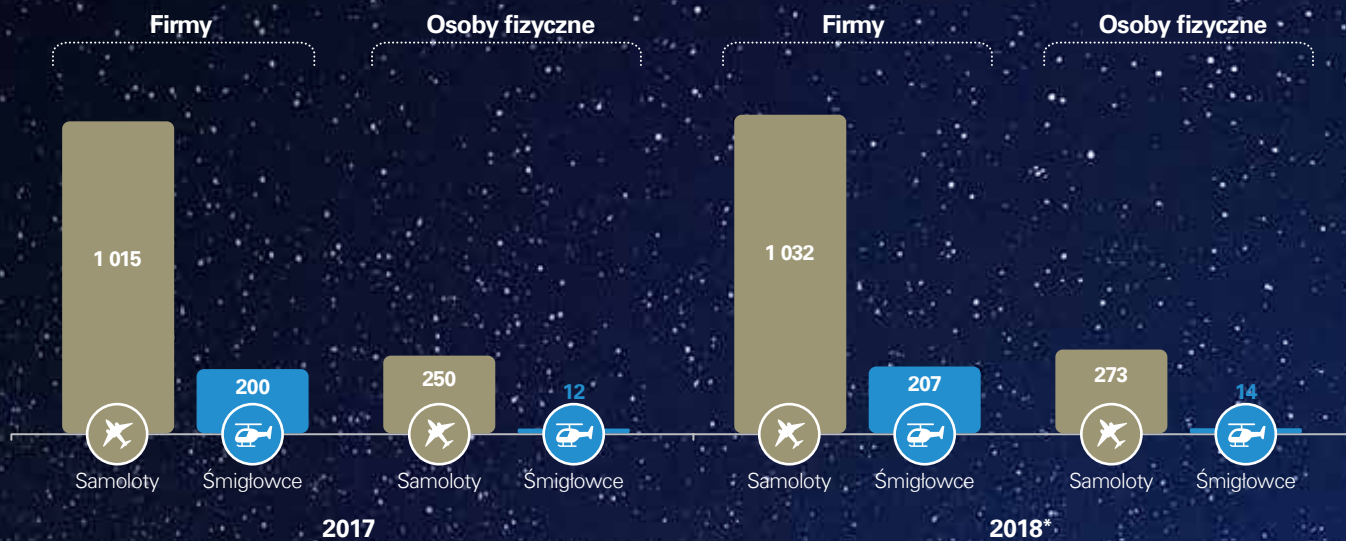


Prywatne samoloty dyspozycyjne na polskim niebie to nadal rzadkość. Jedynie niewielkie grono osób może pozwolić sobie na posiadanie takiej maszyny na wyłączność. Na świecie od lat popularne są programy współwłasności 'fractional ownership'. Idea ta pozwala kosztować luksusu w najczystszej postaci ponosząc znacznie niższe koszty nabycia i utrzymania samolotu, które rozkładają się na wszystkich członków programu. Zaletą takiego rozwiązania jest dostęp przez udziałowca do wszystkich samolotów oferowanych w ramach programu. W przypadku największego operatora na świecie jest ich nawet kilkaset.

Jednym z ograniczeń posiadania własnego samolotu dyspozycyjnego, szczególnie w ostatnich kilku latach, jest mała dostępność wykwalifikowanych pilotów, o których konkurują linie lotnicze oraz duzi operatorzy samolotów dyspozycyjnych. Coraz częściej nie dochodzi z tego powodu do transakcji sprzedaży samolotów dyspozycyjnych indywidualnym nabywcom.

Marek Gajdziński
Partner
KPMG w Polsce

Liczba samolotów i śmigłowców zarejestrowanych w Polsce



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Urzędu Lotnictwa Cywilnego
*Stan na listopad 2018 r.



W raporcie wykorzystano następujące źródła danych:

- Credit Suisse;
- Euromonitor International (dane wykorzystane w raporcie są zgodne ze stanem na październik 2018 roku);
- Główny Urząd Statystyczny;
- Ministerstwo Finansów;
- Narodowy Bank Polski;
- Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego;
- Polboat;
- Urząd Lotnictwa Cywilnego;
- Poland Sotheby's International Realty.

Kontakt



KPMG Sp. z o.o.

ul. Inflancka 4A
00-189 Warszawa
T: +48 22 528 11 00
F: +48 22 528 10 09
E: kpmg@kpmg.pl

Andrzej Marczak

Doradztwo Podatkowe

Partner
E: amarczak@kpmg.pl

Tomasz Wiśniewski

Usługi Doradcze

Partner
E: twisniewski@kpmg.pl

Magdalena Maruszczak

Marketing i Komunikacja

Dyrektor
E: mmaruszczak@kpmg.pl

KPMG.pl

Biura KPMG w Polsce

Warszawa

ul. Inflancka 4A
00-189 Warszawa
T: +48 22 528 11 00
F: +48 22 528 10 09
E: kpmg@kpmg.pl

Kraków

ul. Opolska 114
31-323 Kraków
T: +48 12 424 94 00
F: +48 12 424 94 01
E: krakow@kpmg.pl

Poznań

ul. Roosevelta 22
60-829 Poznań
T: +48 61 845 46 00
F: +48 61 845 46 01
E: poznan@kpmg.pl

Wrocław

ul. Szczytnicka 11
50-382 Wrocław
T: +48 71 370 49 00
F: +48 71 370 49 01
E: wroclaw@kpmg.pl

Gdańsk

al. Zwycięstwa 13A
80-219 Gdańsk
T: +48 58 772 95 00
F: +48 58 772 95 01
E: gdansk@kpmg.pl

Katowice

ul. Francuska 36
40-028 Katowice
T: +48 32 778 88 00
F: +48 32 778 88 10
E: katowice@kpmg.pl

Łódź

ul. Składowa 35
90-127 Łódź
T: +48 42 232 77 00
F: +48 42 232 77 01
E: lodz@kpmg.pl

© 2018 KPMG Sp. z o.o. jest polską spółką z ograniczoną odpowiedzialnością i członkiem sieci KPMG składającej się z niezależnych spółek członkowskich stowarzyszonych z KPMG International Cooperative („KPMG International”), podmiotem prawa szwajcarskiego. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Nazwa i logo KPMG są zastrzeżonymi znakami towarowymi bądź znakami towarowymi KPMG International.

Informacje zawarte w niniejszej publikacji mają charakter ogólny i nie odnoszą się do sytuacji konkretnej firmy. Ze względu na szybkość zmian zachodzących w polskim prawodawstwie i gospodarce prosimy o upewnienie się w dniu zapoznania się z niniejszą publikacją, czy informacje w niej zawarte są wciąż aktualne. Przed podjęciem konkretnych decyzji proponujemy skonsultowanie ich z naszymi doradcami. Poglądy i opinie wyrażone w powyższym tekście prezentują zapatrywania autorów i mogą nie być zbieżne z poglądami i opiniami KPMG Sp. z o.o.