

Ubodzy krewni

• LESZEK SADKOWSKI

NA OKOŁO MILIARD DOLARÓW
ROCZNIE WYCENIANY JEST POLSKI
RYNEK PRODUKTÓW I DÓBR
LUKSUSOWYCH

Szacunkowo tyle właśnie warte są zakupy drogich samochodów, ubrań czy biżuterii. Mimo zawirowań, rynek drogich produktów rozwija się – obroty rosną z roku na rok o kilkanaście procent. Miliard dolarów, czyli ponad trzy miliardy złotych, to tylko szacunkowe dane, gdyż nikt tak naprawdę nie prowadzi statystyk dotyczących wartości rynku dóbr luksusowych w naszym kraju. Dla wielu również kryteria produktu określanego jako „luksusowy” mogą być dość płynne. Można jednak przyjąć, że największy udział w rynku produktów luksusowych mają drogie samochody, choć istotne pozycje zajmują też drogie, markowe kosmetyki, markowa odzież i alkohole czy biżuteria.

Przedstawiciele handlowi najdroższych marek twierdzą, że rynek na tego rodzaju dobra nie jest jeszcze w naszym kraju rozwinięty tak, jak

ma to miejsce w krajach Europy Zachodniej czy w Stanach Zjednoczonych, jednak rósł będzie proporcjonalnie do rozwoju zamożności społeczeństwa.

100 TYS. MILIONERÓW

Nie jest dziś łatwo oszacować w Polsce liczbę ludzi bogatych. Jednym z wymiennych wskaźników mogą być progi podatkowe – ze statystyk wynika, że w trzecim przedziale (zarobki przekraczające 74 tys. zł rocznie) znajduje się ponad 260 tysięcy podatników. To oni rokrocznie płacą łącznie trzecią część ogólnej kwoty podatków. To jednak, zdaniem ekonomistów, nie zawsze dokładnie oddaje skalę zjawiska, bo przy jednej osobie zarabiającej bardzo dużo, wpływy często dzielą się na kilka osób w rodzinie. Wtedy średnia przypadająca na jednego jej członka nie będzie już tak imponująca.

Z raportu Boston Consulting Group wynika, że osób naprawdę bogatych może być w Polsce około 100 tysięcy. Ta liczba wydaje się bardziej wiarygodna, gdyż pod uwagę wzięto tu około 1 mln zł posiadanych aktywów. Można więc uznać, że w przybliżeniu mamy w Polsce około 100 tysięcy milionerów.

Liczbę bardzo drogich samochodów sprzedawanych w naszym kraju szacuje się na 10 do 12 tys. sztuk rocznie, z czego ponad połowa trafia do firm. Jednak aut najdroższych będących prawdziwym symbolem luksusu sprzedaje się znacznie mniej. Rocznie nabywców znajduje np. około dwadzieścia jaguarów XJ – jeden z najdroższych modeli, którego cena w zależności od wyposażenia wynosi od 400 do 600 tys. zł.

NABYWCY MAYBACHA

– Nabywcami droższych modeli są zwykle prezesi firm bądź przedstawiciele wolnych zawodów – przede wszystkim znani aktorzy czy muzycy. Natomiast auta o niższej cenie, te od 140 tys. zł, kupują często przedsiębiorcy – oceniają przedstawiciele Jaguara w Polsce. Łączna sprzedaż nowych Jaguarów na początku bieżącej dekady zamykała się liczbą 60-100 sztuk rocznie.

Podobnie wygląda sytuacja z najbardziej prestiżowym produktem Toyoty – Lexusem, którego w analogicznym okresie sprzedawano do 250 sztuk rocznie. Za najdroższe modele Lexusa – LS430 lub TSC430 kupujący zapłacić musiał ponad 300 tys. zł. Nabywcami Lexusów są zwykle szefowie firm lub najlepiej opłacani przedstawiciele wolnych zawodów.

Co ciekawe, jednym z pierwszych nabywców najdroższego obecnie samo- ➤



FOT. JLR POLSKA

►chodu świata, produkowanego przez firmę Mercedes maybacha, był jeden z polskich przedsiębiorców. Liczba tych samochodów, prawdziwych symboli luksusu, w naszym kraju powoli rośnie. Biorąc jednak pod uwagę to, że wartość takiego auta przekracza 2 mln zł, nigdy nie będzie to liczba znacząca.

KOSMETYKI, WHISKY...

W ocenie przedstawicieli branży kosmetycznej polski rynek kosmetyków wart jest od ok. 8 do 10 mld zł. Kosmetyki drogic i luksusowe to ponad 10 proc. kosmetycznego tortu. Można więc szacować, że łącznie segment ten wart jest nawet 1 mld zł rocznie. W przypadku kosmetyków na rynku polskim obecnych jest już większość drogich marek znanych i cenionych na świecie. Sami producenci i dystrybutorzy szacują liczbę klientów nabywających droższe marki kosmetyków na ponad pół miliona.

W segmencie drogich alkoholi sytuacja wygląda podobnie. W dalszym ciągu najdroższe rodzaje whisky sprowadza się z zagranicy, głównie z Wysp Brytyjskich. Wartość tego importu wynosi nawet 5 mln zł rocznie, jest jednak wielokrotnie niższa od wartości importu zamożniejszych krajów Unii Europejskiej. Kraj, do którego z wielu powodów chcielibyśmy być porównywani, czyli Hiszpania, importuje nawet kilkanaście razy więcej brytyjskiej i irlandzkiej whisky niż Polska.

Podobnie jest z drogimi koniakami czy markowymi szampanami. Jedna butelka takiego trunku kosztować może od kilku do nawet kilkudziesięciu tysięcy złotych. Importerzy twierdzą, że nasz rynek jest jeszcze zbyt ubo-

gi na tego rodzaju produkty. Analogicznie wygląda sytuacja z drogą biżuterią, zegarkami czy piórami, których cena w limitowanej kolekcji oscyluje w okolicach 10 tys. zł, a niejednokrotnie znacznie przekracza tę sumę. Zdaniem przedstawicieli branży biżuteryjnej na najdroższe wyroby ekskluzywnych marek stać w Polsce zaledwie parę tysięcy osób.

PRESTIŻ W PLASTIKU

Począwszy od roku 2000, bank Polska Kasa Opieki, jako pierwszy w Europie Środkowo-Wschodniej uzyskał prawo oferowania swoim klientom prestiżowej karty kredytowej MasterCard World Signia. Posiadaczem takiej karty może być osoba „charakteryzująca się wysokim prestiżem społeczno-zawodowym”, której zindywidualizowana i kompleksowa obsługa prowadzona jest przez bank. Rachunek klienta powi-



FOT. KRUK

PUSTKA W PORTFELU

Zamożność polskiego klienta w dalszym ciągu znacząco ustępuje zamożności konsumenta z Niemiec, Francji czy Wielkiej Brytanii. Wystarczy spojrzeć chociażby na produkt krajowy brutto przypadający na mieszkańca danego kraju. Tu różnice są często kilkukrotne, co automatycznie odbija się

W OCENIE PRZEDSTAWICIELI BRANŻY KOSMETYCZNEJ POLSKI RYNEK KOSMETYKÓW WART JEST OD OK. 8 DO 10 MLD ZŁ

nien być zasilany wpływami minimum 20 tys. zł miesięcznie, a wartość zarządzanego przez bank portfela aktywów klienta przekraczać 1 milion zł. Do prestiżowych należą również karty Diners Club oraz karty złote lub platynowe (np. Visa). Samo ich posiadanie i używanie świadczy o prestiżu i zamożności właściciela, któremu przysługują z tego tytułu różnorakie udogodnienia i korzyści (ubezpieczenie, możliwość bywania w określonych miejscach itp.). Banki zwykle nie ujawniają liczby klientów, których stać na takie karty, jednak wiadomo, że odsetek tego rodzaju klientów nie przekracza 1 proc., a gros najbardziej prestiżowych kart trafia do dużych firm, które w tej dziedzinie są głównymi klientami banków.

na możliwościach portfelowych danych narodów. Biorąc pod uwagę PKB na głowę mieszkańca, możemy czuć się wciąż zaledwie jak ubodzy krewni bogatszych obywateli krajów zachodniej Europy czy USA. Dlatego m.in. w Polsce wciąż brakuje jeszcze kilku najdroższych produktów luksusu, których ceny są bardzo wysokie.

Rynek polski jest zbyt mało chłonny na bardzo drogie produkty. I zdaniem ekspertów oraz przedstawicieli handlowych najdroższych marek nasz rynek nieprędko stanie się oazą dla producentów dóbr luksusowych, gdyż wzbogacanie się społeczeństwa potrwa wiele lat i będzie procesem trudnym. •

O dobrach luksusowych piszemy także w dodatku „Smak i styl”



FOT. KRUK