|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Artykuł ekspercki:Polacy kupują luksusowe samochody | Data:30.04.2021 | Obligain |

Polacy kupują luksusowe samochody

Pandemia zadała mocny cios branży dóbr luksusowych. Mimo to obronną ręką wychodzą z niej luksusowe samochody, kojarzące się z komfortem i wysoką ceną. W dobrej kondycji są też zabytkowe auta, które stanowią prestiżowy produkt inwestycyjny. Które marki  sprzedają się w Polsce najlepiej i dlaczego? Jakie są perspektywy branży na najbliższe lata?

Dobra luksusowe w czasie Covid-19

Z raportu KPMG wynika, że pomimo trwania globalnej epidemii, wartość majątku gospodarstw domowych w naszym kraju na koniec I połowy 2020 roku wzrosła o 8,4 proc. i wynosiła prawie 2,4 biliona złotych. Szerząca się pandemia i jej gospodarcze skutki spowodowały jednak osłabienie rynku dóbr luksusowych. W porównaniu do roku 2019 zmniejszył się on o 4,9 proc., a jego wartość wyniosła 24 mld zł. Segmentem, który najbardziej ucierpiał na społecznej izolacji, są luksusowe hotele i SPA. Jego wartość w 2020 roku osiągnęła 748 mln zł, a więc o 50 proc. mniej niż w analogicznym czasie w roku poprzednim.

Sprzedaż luksusowej biżuterii i zegarków zmniejszyła się w porównaniu do roku 2019 aż o ⅓, osiągając wartość 376 mln zł. Spory spadek odnotował też rynek luksusowej odzieży i akcesoriów, który w ciągu roku zmniejszył się o 19,9 proc., a jego wartość równa była 2,5 mld zł. Sprzedaż luksusowego obuwia spadła o 20,7 proc. (415 mln zł), luksusowej odzieży o 20,3 proc. (1,6 mld zł), okularów o 19,4 proc., a pozostałych dodatków premium o 14,4 proc. W 2020 roku niższa o 16,6 proc. w porównaniu do 2019 roku była również wartość luksusowych kosmetyków i perfum (833 mln zł), a o 15,2 proc. zmniejszyła się sprzedaż luksusowych alkoholi. Najniższy spadek wartości odnotowały z kolei samochody luksusowe i premium. Ich sprzedaż spadła zaledwie o 1,6 proc. w relacji rok do roku (KPMG, Rynek dóbr luksusowych w Polsce. Edycja XI).

*- Obecnie mamy do czynienia z lekkim spowolnieniem rynku dóbr luksusowych, wywołanym ogólnoświatowym kryzysem. Na wynik całego sektora największy wpływ ma segment luksusowych hoteli i SPA, które już od długiego czasu pozostają zamknięte. W najlepszej sytuacji są marki samochodów premium, na które popyt wciąż jest bardzo wysoki -* mówi Cezary Chybowski, prezes spółki Reliance Polska, właściciel portalu inwestycyjnego Obligain. - *Podobnie jak w przypadku innych kryzysów, tak i teraz największe firmy jeszcze bardziej rosną w siłę, a małe tracą na znaczeniu bądź są całkowicie eliminowane przez rynek* - dodaje.

Drogie samochody odporne na wirusa

Największym segmentem dóbr luksusowych w Polsce są samochody marek premium i luksusowych. W 2020 roku zarejestrowano ich w naszym kraju 76,6 tys., a ich całkowita wartość wyniosła 16,3 mln zł. Jak podaje KPMG, w całym minionym roku sprzedano 207 samochodów uznawanych za luksusowe. Wśród nich znalazło się m.in. 58 pojazdów marki Bentley, 53 Lamborghini, 31 Maserati, 31 Ferrari, 12 samochodów marki Rolls-Royce, 9 marki McLaren, 3 samochody Morgan, i 1 Lotus.

Jeżeli chodzi o samochody klasy premium, to jak podaje IBMR Samar ich sprzedaż w 2020 roku zmniejszyła się względem analogicznego okresu jedynie o 4,63 proc. Przy czym niektóre marki odnotowały wyższe wskaźniki sprzedaży niż przed nastaniem epidemii. W tym gronie znalazła się marka Audi, która w całym ubiegłym roku sprzedała 15 602 sztuk samochodów premium, a więc o 13,25 proc. więcej niż w 2019 roku. Najczęściej kupowanym modelem był Q5 (2902 sztuki), następnie Q3 (2216 sztuk) oraz A3 (2091 sztuk). Znaczący wzrost odnotował również Lexus, którego sprzedaż względem roku 2019 zwiększyła się o 12,57 proc.

Pomimo nieznacznego spadku sprzedaży, liderem marek premium pozostaje Mercedes. Koncern ten zarejestrował w ubiegłym roku 19 653 pojazdy, a więc o 6,74 proc. mniej niż w 2019. Najlepiej sprzedawała się klasa A (2808 sztuk), na drugim miejscu GLC (2078 sztuk) oraz GLE (1953 sztuki). Równie popularną marką premium jest BMW. W 2020 roku zarejestrowano takich samochodów 18 290 (spadek o 11,64 proc. r./r.). Najbardziej popularne modele to BMW serii 3 (3465 sztuk), X3 (2262 sztuki) oraz BMW X5 (2241 sztuk). W 2020 roku na wysokim poziomie utrzymywała się też sprzedaż Volvo, w ciągu roku sprzedano 10 926 sztuk, a więc zaledwie o 0,45 proc. mniej niż przed rokiem. Największym zainteresowaniem cieszył się model XC60 (4533 sztuki), następnie XC40 (2482 sztuki) i XC90 (1099 sztuk). (Dane IBMAR Samar).

**-** *W Polsce mieszka coraz więcej osób zamożnych, które stać na zakup samochodów klasy premium czy nawet tych uznawanych za kategorię luksusową. Wciąż największą popularnością cieszą się auta marki Mercedes i BMW, które wielu kojarzą się z niezawodnością, wyjątkowym designem oraz prestiżem, a przy tym ich najtańsze modele są już w zasięgu ręki wielu Polaków. Sądzę, że w perspektywie najbliższych lat rynek tego typu samochodów będzie w naszym kraju coraz silniejszy. Pandemia pokazała nam, że najdroższe dobra luksusowe w czasie kryzysu mają się wyjątkowo dobrze i są odporne na wszelkiego typu zawirowania* - zwraca uwagę Cezary Chybowski.

Luksusowy produkt inwestycyjny

Poczucie prestiżu daje nie tylko kupowanie najnowszych modeli marek luksusowych dostępnych w salonach. Prestiż to przede wszystkim unikatowość danego egzemplarza, trudność jego pozyskania i oczywiście odpowiednio wysoka cena, świadcząca o tym, że na zakup danego auta mogą pozwolić sobie wyłącznie osoby wyjątkowo zamożne.  Knight Frank Luxury Investment Index podaje, że w ciągu 10 lat (lata 2008-2018) inwestowanie w zabytkowe samochody przynosiło najwyższy dochód spośród innych alternatywnych źródeł aktywów równy 334 proc., co dawało roczny zwrot na poziomie 16 proc.

Jak czytamy w najnowszym raporcie Knight Frank, po dość powolnym 2019, gdy wartość indeksu obliczanego dla klasycznych samochodów spadła o 7 proc., rok 2020 r. pomimo pandemii przyniósł wzrost indeksu o 6 proc., a najlepiej sprzedającym się autem było Ferrari. Z danych firmy Hagerty wynika, że najdroższy wylicytowany w ubiegłym roku pojazd to Bugatti Type 59 Sports z 1934 roku, który został sprzedany za około 46,74 mln zł. Drugie miejsce zajął Bugatti Type 57S Atalante z 1937 roku, sprzedany za ok. 38,5 mln zł. W czołówce znalazł się też Bugatti Type 55 Super Sport z 1932 roku, nabyty za około 26,2 mln zł.

- *W porównaniu do innych rynków europejskich w Polsce inwestowanie w zabytkowe modele samochodów rozpoczęło się ze znacznym opóźnieniem, dlatego wciąż jest to w naszym kraju rynek młody, ale dynamicznie rozwijający się*. *Najlepiej sprzedającymi się markami są zabytkowe modele mercedesa i jaguary* - mówi Cezary Chybowski, właściciel portalu inwestycyjnego Obligain. - *Pomimo tego, że klasyczne auta należą do inwestycji, które mogą przynieść oczekiwaną stopę zwrotu, są to inwestycje wysokiego ryzyka - na tym trzeba się po prostu znać, aby nie paść ofiarą oszustwa*. *Do najważniejszych parametrów, które służą określeniu wartości zabytkowego samochodu, należą m.in. prestiż danej marki, wyjątkowość konkretnego egzemplarza, rok produkcji, liczba wyprodukowanych sztuk, stopień oryginalności czy przebieg auta.* *Na cenę wpływa również historia danego modelu. Jeżeli należał kiedyś do znanej osobistości, jego wartość automatycznie rośnie. Nie bez znaczenia pozostaje również obecność w kulturze popularnej. Pojawienie się konkretnego modelu auta w znanej produkcji filmowej, może kilkakrotnie podnieść jego wartość. Inwestując w samochody klasyczne, trzeba pamiętać też o tym, że jest to inwestycja emocjonalna, która przede wszystkim ma sprawiać nam przyjemność i cieszyć oko. Takiego auta nie można trzymać zamkniętego w garażu, należy z niego korzystać, aby jego stan nie uległ pogorszeniu, a tym samym, aby z upływem czasu nie stracił na wartości* - dodaje.

**Więcej informacji:**

Aleksandra Maśnica

e-mail: aleksandra.masnica@primetimepr.pl

tel. 12 313 00 87