Modaes

Back Stage

Menos opulencia y más joven: el nuevo lujo en Oriente Medio

El estudio del distribuidor de marcas *premium* en la región Chalhoub Group incide en la entrada de la población árabe de alrededor de treinta años en el segmento del lujo gracias a la digitalización y las nuevas estrategias.

Martí Ventura
13 jun 2017 - 04:41



Digitalización, consumidores cada vez más jóvenes y menos ostentación. Estas son algunas de las claves que marcarán el futuro del mercado del lujo en los países del Golfo Pérsico, uno de los ejes claves para el sector de la gama alta. Sin embargo, aunque se mantiene firme en los planes de expansión del lujo internacional, este escenario cambiante y la incertidumbre global también ha impactado en las ventas en la región, que cayeron un 1% el año pasado.

El estudio analiza los países del Consejo de Cooperación para los Estados Árabes del Golfo: Kuwait, Bahréin, Qatar, Emiratos Árabes Unidos, Omán y Arabia Saudí. Sin embargo, el documento se elaboró antes de que Arabia Saudí, Bahréin, Emiratos Árabes y Egipto cortaran relaciones diplomáticas con Qatar y cerraran su tráfico aéreo, marítimo y terrestre con el país, el mayor del mundo por Producto Interior

https://www.modaes.com/back-stage/menos-opulencia-y-mas-joven-el-nuevo-lujo-en-oriente-medio

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Bruto (PIB) per cápita.

A pesar de los conflictos políticos, el segmento del lujo en el país ha seguido su cauce y muchas compañías de moda globales han decidido poner el punto de mira en la región para crecer en el plano internacional.

Según el estudio, el sector se contrajo un 1% en la región el año pasado, frente al alza del 1% anotada en 2015.

El estudio del distribuidor de moda ha hecho hincapié en la sociedad árabe y sus hábitos de consumo, subrayando que los países del Golfo se encuentran en un punto de inflexión en cuanto a su demografía, especialmente en Arabia Saudí y Omán, donde la mitad de la población tiene menos de treinta años.

Estos nuevos consumidores, que apuestan por la digitalización y se informa más acerca de los productos, buscan vivir una mejor experiencia de compra, más allá de las marcas y el estatus que aportan.

Los nuevos consumidores, de menos de treinta años, apuestan por la digitalización y buscan vivir una mejor experiencia de compra

"El mundo digital lo está revolucionando todo: estamos entrando en un escenario con menos dinero fácil y opulencia, donde se tendrá que trabajar más y esperar menos ganancias", explicó **Patrick Chalhoub**, co consejero delegado de **Chalhoub Group**.

De hecho, parte de la recuperación que vive la industria del lujo es gracias al ecommerce y el resto de acciones que las compañías están tomando en la Red, explica el informe. En 2015, las ventas online eran solamente del 2,6% en el Golfo y, en el caso de productos de lujo, alcanzaron una cifra de negocio de 230 millones de dólares.

Prueba del auge del ecommerce en la región son las recientes operaciones entre empresas del sector que se han llevado a cabo en los últimos meses. El pasado marzo, el gigante estadounidense **Amazon tanteó la compra del ecommerce Souq.com** por entre 650 y 750 millones de dólares para afianzarse en Oriente Medio.

Una de las figuras que más ha vinculado su actividad en el sector del ecommerce de lujo ha sido el empresario **Mohamed Alabbar**. El ejecutivo dubaití es el presidente de **Emaar Properties** y **Emaar Malls**, y el responsable del desarrollo del **Dubái Mall**, el

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

mayor complejo comercial del mundo.



A través del grupo inversor, Alabbar se hizo en mayo con el 51% de la plataforma **Namshi**, en manos de **Global Fashion Group**, propiedad de **Rocket Internet**. Por otro lado, el empresario fundó su propio ecommerce de lujo, **Noon.com**.

Se espera que las ventas de artículos de lujo en el Golfo asciendan a 1.500 millones de dólares en cuatro años

Otro de los frentes en los que el ejecutivo ha desarrollado su negocio es junto con **Yoox Net-a-Porter** (**Ynap**), de la que es accionista del 4% de su accionario desde abril de 2016. El magnate, a través de **Symphony Investments**, constituyó una *joint venture* (empresa conjunta) con **Ynap** para impulsar su negocio en la región.

Por otro lado, el grupo árabe **Al Tayer Insignia**, socio local en la región de enseñas como **Balenciaga**, **Armani**, **Bottega Veneta** o **Jimmy Choo**, entre otras, puso en marcha a finales del año pasado **Ounass.com**, una plataforma online que cuenta con una oferta de 230 marcas de lujo, calzado, joyería, bolsos y cosmética, además de colecciones cápsula.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Estas operaciones son una muestra del desarrollo de las ventas en la Red en Oriente Medio. De hecho, se espera que las ventas de lujo en la región asciendan a 1.500 millones de dólares en cuatro años. Los países con mayor crecimiento en el canal online son os Emiratos Árabes y Arabia Saudí.

Chalhoub explicó también algunas de las características de la sociedad árabe que han retrasado hasta ahora la plena llegada del ecommerce en la región. Entre las causas se encuentra la preferencia del efectivo o preocupaciones por la privacidad que impiden dar la dirección de envío a la hora de comprar online. El idioma es otro de los factores que han echado para atrás a muchos de los habitantes del Golfo.

En esta coyuntura, **Chalhoub Group**, que opera con 650 tiendas en catorce estados, pondrá en marcha un plan de inversión en la región de 80 millones de dólares en 2017, focalizado sobre todo en las actividades digitales. Algunas de las operaciones previstas son la implementación de veinte plataformas online de sus marcas hasta 2018. Entre las primeras se encuentran **Swarovski** y **Michael Kors**.

https://www.modaes.com/back-stage/menos-opulencia-y-mas-joven-el-nuevo-lujo-en-oriente-medio

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.