

Modaes

Entorno

París, Tokio y Hong Kong, las ciudades más calientes del mundo para retail

Modaes
28 may 2014 - 16:03



París se sitúa en 2014 con la ciudad más atractiva del mundo para los retailers internacionales. Las cincuenta nuevas marcas que atrajo el año pasado le valen a la capital parisina para ocupar la primera posición de los mercados más calientes para

Modaes

el retail, según el informe anual *How global is the business of retail?* elaborado por la consultora CBRE. Las ciudades de Tokio y Hong Kong siguen a París en la clasificación.

El informe de 2014, que analiza los movimientos de los 334 mayores retailers a lo largo del año pasado en 189 ciudades, sostiene que las empresas apuestan actualmente por mercados maduros. De hecho, sólo una de las veinte ciudades más demandadas actualmente es considerada como emergente por CBRE.

La moda y el lujo son los sectores más activos y copan el 24% de los retailers que han entrado en nuevos mercados. Mientras el 32% de las marcas que entraron a América corresponden a este sector, el porcentaje se sitúa en el 24% para Europa, Oriente Medio y África (Emea).

Mientras París ha contado con cincuenta marcas nuevas, Tokio y Hong Kong han incorporado 48 y 43, respectivamente. Abu Dhabi, por su parte, ha dado la bienvenida a 42 nuevos retailers, Berlín a 35, Pequín a 34 y Londres a 31. Siguen en la clasificación Moscú (con 31 retailers en 2013), Shanghái (31), Frankfurt (29), Taipei (29) y Singapur (29). Hanoi, la única ciudad emergente de la lista, ha sumado 27 marcas en 2013 y ocupa la posición número trece entre los destinos más solicitados.

La huella internacional de los retailers analizados ha aumentado un 1,7% en 2014. Más de la mitad de los retailers están ahora presentes en las tres principales regiones del mundo: América, Emea y Asia Pacífico.

Los retailers americanos son actualmente los más globales y un 80% de ellos están presentes en las tres regiones, frente al 48% de los europeos y un 25% de los asiáticos. “La madurez del mercado americano ha impulsado a los retailers a cruzar fronteras y expandir su presencia global”, sostiene CBRE.