

## ΑΝΤΙΠΑΡΑΘΕΣΗ MALL ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΔΡΟΜΩΝ



• Κωνσταντίνος Φόλλμπαχ,  
partner της Immoconsult

• Konstantin Vollbach, partner  
Immoconsult

→ Konstantin Vollbach

Συμπληρώνοντας ήδη ένα χρόνο από την λειτουργία των πρώτων μεγάλων οργανωμένων εμπορικών κέντρων στην ελληνική αγορά του Retail, πλανάται έντονα το ερώτημα προς τα που θα πρέπει οι εταιρείες στο μέλλον να κατευθύνουν τις επενδύσεις τους. Γυρίζοντας δύο χρόνια πίσω, θυμάμαι τον έντονο σκεπτικισμό με τον οποίο αντιμετώπιζαν αρκετοί από τους πρωταγωνιστές της αγοράς του retail την δημιουργία των νέων εμπορικών κέντρων και πολυκαταστημάτων και το κατά πόσο θα μπορούσαν ν' αλλάξουν τα καταναλωτικά πρότυπα των Ελλήνων και να επηρεάσουν την κυριαρχία των τοπικών αγορών. Σήμερα με απόλυτη βεβαιότητα μπορούμε να ισχυριστούμε ότι το πείραμα των πρώτων εμπορικών κέντρων στην Ελληνική Αγορά στέφθηκε με απόλυτη επιτυχία. Χαρακτηριστικότερο παράδειγμα σίγουρα αποτελεί το The Mall Athens της εταιρείας Lamda Development στο Μαρούσι Αττικής, που ξεκίνησε την λειτουργία του τον Νοέμβριο του 2005.

Στον έναν χρόνο λειτουργίας του κέντρου, το επισκέφθηκαν γύρω στα 15.000.000 άνθρωποι, οι τζίροι των περισσότερων εταιρειών που στεγάζονται στο κέντρο ξεπέρασαν κατά πολύ τις αρχικές τους προσδοκίες, ενώ η λίστα αναμονής από εταιρείες που ενδιαφέρονται να μισθώσουν χώρο στο The Mall ξεπερνά σε αριθμό τις 200. Μεγάλης ανταπόκρισης στο καταναλωτικό κοινό έχουν τύχει και τα άλλα δύο συγκρίσιμα εμπορικά κέντρα που λειτουργούν στην χώρα μας την ίδια περίπου χρονική περίοδο, δηλαδή το City Link στο κέντρο της Αθήνας και το Mediterranean Cosmos στην πόλη της Θεσσαλονίκης, παρόλο που και στις δύο περιπτώσεις είχαν να ανταγωνιστούν τις ισχυρότερες εμπορικές αγορές της Ελλάδας όπως είναι η Ερμού / Κολωνάκι και η Τσιμισκή αντίστοιχα. Ενδεικτικά της ευρύτερης ευφορίας που υπάρχει στην αγορά του Real Estate από το πετυχημένο ξεκίνημα των εμπορικών κέντρων στην Ελλάδα, αποτελεί η προγραμματιζόμενη ανάπτυξη περίπου 10 καινούργιων εμπορικών κέντρων μεγέθους από 40-70.000τμ, στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής. Παράλληλα αυξάνεται ολοένα και περισσότερο το ενδιαφέρον Ελλήνων και ξένων επενδυτών να απορροφήσουν όλο το stock των υφιστάμενων και αναμενόμενων εμπορικών κέντρων. Με όλα αυτά θα περίμενε κανείς ότι όλο αυτό το momentum θα οδηγήσει σε κατάρρευση των τοπικών αγορών, αλλά παρόλα αυτά δεν έχουμε διακρίνει τέτοια σημάδια. Σαφώς υπήρξαν προβλήματα σε όμορες με κέντρα ή πολυκαταστήματα περιοχές, με πτώση του τζίρου σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, αλλά σε καμία περίπτωση αυτό δεν έχει άμεση απόκριση στην αγορά του Real Estate. Μεγάλο ρόλο σε αυτό έπαιξε η έλευση νέων αλυσίδων από τον χώρο του retail που μπόρεσαν να μισθώσουν χώρους στα νέα εμπορικά κέντρα ή πολυκαταστήματα σε χαμηλότερο συγκριτικά κόστος αλλά παράλληλα συντηρούν και την μεγάλη ζήτηση που υπάρχει στο να διεισδύσουν στις καλές τοπικές αγορές. Ως παράδειγμα μπορούμε να αναφέρουμε την πρόσφατη ανακοίνωση μίσθωσης από την εταιρία H&M χώρου περίπου 2.000τμ στην καινούργια εμπορική στοά που δημιουργείται δίπλα από το Carrefour στην Λεωφ. Κηφισίας με την επωνυμία Avenue και το ενδιαφέρον

## SHOPPING MALL VS HIGH STREET

→ Konstantin Vollbach

With the end of the first year from the beginning of the operation of the first big organized shopping malls in the Greek Retail market, there is the question as to where the companies' investments shall be directed in the future. By going two years back, I remember the intense scepticism with which many of the lead figures of retail market were dealing with the creation of the new shopping malls and department stores, as well as, to what extent these would be able to change the consumer patterns of the Greeks and to influence the dominance of the local markets. Today, we can claim with absolute certainty that the experiment of the first shopping malls in the Greek Market has been totally successful. The most sticking example is definitely Lamda Development's "The Mall Athens" in Marousi, which has begun running on November 2005. During its one year of operation, 15,000,000 people have visited it; the turnovers of the companies that are housed within the center have surpassed the initial expectations, while the companies in the waiting list that are interested in lending a space within the Mall, are way over 200. Of great acceptance to the consumers there are the other two shopping malls that have opened to our country at the same time period; the City Link in the center of Athens and Mediterranean Cosmos in the city of Thessalonica, although in both cases they had to compete with the strongest commercial markets of Greece, such as Ermou / Kolonaki and Tsimiski respectively. An illustrative example of the general euphoria that is evident in the Real Estate market of Greece, caused by the successful opening of the shopping malls in Greece, is the programmed development of approximately 10 new shopping malls 40-70,000 m2 in the general area of Attica. With all these, one would expect that this whole momentum would lead to the

της δημιουργίας κατάστημα στις ισχυρές αγορές με αρχή την περιοχή της Ερμού. Ταυτόχρονα μεγάλα ονόματα του Retail δεν έχουν ολοκληρώσει τα προγράμματα ανάπτυξής τους στις αγορές όλης της χώρας, με αποτέλεσμα η ζήτηση καταστημάτων να είναι ιδιαίτερα έντονη και να μην παρατηρείται σε καμία περίπτωση προσφορά ελεύθερων καταστημάτων.

Αυτό ανταποκρίνεται στις τιμές μίσθωσης καταστημάτων ειδικότερα στις «καλές» αγορές, όπως π.χ. στην οδό Ερμού (ενοίκιο από 300-450€/τμ, αέρας 14.000-25.000€/τμ), στο Κολωνάκι (ενοίκιο 300-400€/τμ, αέρας 12.000-20.000€/τμ), στη Κηφισιά (ενοίκιο 250-330€/τμ, αέρας 10.000-18.000€/τμ), στην οδό Τσιμισκή (130-160€/τμ, αέρας 7.000-10.000€/τμ) και στην Γλυφάδα (ενοίκιο 230-300€/τμ, αέρας 10.000-18.000€/τμ). Κατά την άποψή μας οι λεγόμενες ισχυρές αγορές retail, δεν πρόκειται να επηρεασθούν από την ολοκλήρωση των προαναγγελθέντων εμπορικών κέντρων και οι τιμές τα επόμενα χρόνια θα παραμένουν υψηλές.

Αντίθετως προβλήματα θα δημιουργηθούν μόνο σε μικρότερες αγορές, ειδικότερα σε αυτές που βρίσκονται πολύ κοντά στα μεγάλα εμπορικά κέντρα (π.χ. η αγορά του Αμαρουσίου λόγω του Athens Mall). Όσον αφορά τις εμπορικές αγορές των επαρχιακών πόλεων, θεωρούμε ότι αυτές έχουν τεράστια ιαχύ και επηρεάζονται πολύ πιο δύσκολα από νέα εμπορικά κέντρα σε σχέση με τα μεγάλα αστικά κέντρα. Σ' αυτές τις περιοχές υπάρχουν πολύ πιο ισχυρές καταναλωτικές συνήθειες, με το κέντρο της πόλης να είναι ο κύριος προορισμός για αγορές, κοινωνικές επαφές, εξημέρηση από δημόσιες υπηρεσίες, ψυχαγωγία κλπ. Τα έως τώρα παραδείγματα εμπορικών και ψυχαγωγικών αναπτύξεων σε επαρχιακές πόλεις είναι μάλλον αποθαρρυντικά, και οι developers είναι πολύ πιο επιφυλακτικοί για επενδύσεις σε αυτές τις περιοχές. ■

collapse of the local markets, however, we have not seen such signs. There have certainly been problems to neighboring areas, with turnover drop in relation to previous years, but in no ways this is reflecting to the Real Estate market. A big part to this was the introduction of new retail chains, which could lend areas in the new shopping malls and department stores in a comparatively low cost and in the same time maintain the great demand in regards with the infiltration in the good local markets. As an example, we can see the recent announcement by H&M that says that the company has lent an area of approximately 2,000 m2 in the new commercial gallery that is being created next to Carrefour in Kifissias Avenue under the name Avenue and its interest to create a store in the strong markets, starting from Ermou. At the same time, great retail names have not yet completed their development project in the markets throughout the country and as a result the demand of stores is particularly intense and in no case there is the supply of stores. This can be seen in the renting prices of stores, especially in the "good" markets, such as in Ermou str (rent €300-450/m2, good will €14,000-25,000/ m2), Kolonaki (rent €300-400/m2, good will €12,000-20,000/m2), Kifissia (rent €250-330/m2, good will €10,000-18,000/m2) Tsimiski str (€130-160/m2 good will €7,000-10,000/m2) and Glyfada (rent €230-300/m2 good will €10,000-18,000/m2). In our opinion the so-called strong retail markets will not be influenced from the completion of the announced shopping malls and the prices in the following years shall remain in low levels. On the contrary, there will be a problem in the smallest markets, especially those that are located close to the big shopping malls (i.e. Maroussi market due to Athens Mall). In regards to the commercial markets of the provincial cities, we think that they are very powerful and are hardly influenced by new shopping malls compared to the large urban areas. In the aforementioned areas there are stronger consuming habits, with the city centre being the main commercial, social, entertaining, etc, destination. The so far examples commercial and entertaining developments in provincial cities are rather discouraging and the developers are much more cautious to invest in these areas. ■