

1. ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΕΝΟΙΚΙΩΝ ΕΩΣ 50% ΖΗΤΟΥΝ ΟΙ ΕΜΠΟΡΟΙ

Μέσο: ΠΡΩΤΟ ΘΕΜΑ _ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ

Ημ. Έκδοσης: . . .24/05/2020 Ημ. Αποδελτίωσης: . . .24/05/2020

Σελίδα: 10



Η αγορά περιμένει και αγωνιά...

Παρά τις γενναίες σε ορισμένες περιπτώσεις μειώσεις ενοικίων στα εμπορικά κέντρα, οι έμποροι ζητούν και άλλες, ενώ οι ιδιοκτήτες των malls δηλώνουν ότι «είναι πρόωρο να υπάρξουν οριζόντιες αποφάσεις όσο δεν υπάρχει ξεκάθαρη εικόνα για το πώς θα πάνε οι πωλήσεις»

Κατά περίπτωση και βήμα-βήμα θα πάει η αγορά όσον αφορά το αίτημα από τους εμπόρους για περαιτέρω μείωση στα ενοίκια των καταστημάτων για το υπόλοιπο του έτους, πέραν των μέτρων που ανακοινώθηκαν κεντρικά από την κυβέρνηση, με τις πρώτες εβδομάδες μετά το άνοιγμα της αγοράς να είναι καθοριστικές και για τη συνέχεια, αφού επί του παρόντος δεν μπορεί να υπάρξει ξεκάθαρη εικόνα.

«Α

ναμένουμε τους τζίρους των καταστημάτων, θα πρέπει να έχουμε τα νούμερα μετά την άρση του lockdown και αναλόγως θα πράξουμε μέσα στον Ιούνιο», δηλώνουν στο «business stories» οι επτελείς από τα μεγάλα εμπορικά κέντρα ανά την Ελλάδα. Πάντως, ορισμέ-

να από αυτά έχουν προχωρήσει σε γενναίες οριζόντιες μειώσεις, παραπάνω από τα προβλεπόμενα για το δίμηνο Απριλίου - Μαΐου, με το μεγάλο αγκάθι στην προκειμένη περίπτωση να παραμένει το θέμα της εστίασης και της ψυχαγωγίας, ενώ άγνωστο είναι ακόμη τι μέλλει γενέσθαι με τους πολυκινηματογράφους.

Από την πλευρά των αλυσίδων, μπορεί να υπάρχει μεν ένα γενικευμένο αίτημα για μείωση των ενοικίων και κυρίως για μείωση του ποσοστού επί του τζίρου που λαμβάνουν οι ιδιοκτήτες των malls, και μπορεί να κυμαίνεται από 7% έως 12%, ωστόσο «είναι πρόωρο να υπάρξουν οριζόντιες αποφάσεις όσο δεν υπάρχει ξεκάθαρη εικόνα για το πώς θα πάνε οι πωλήσεις», σχολιάζεται σχετικά. Ωστόσο... οριζόντια φαίνεται να είναι η απόφαση, όπως αναφέρουν οι πληροφορίες, από τις μεγάλες πολυεθνικές (οι οποίες έχουν ήδη την εμπειρία από άλλες χώρες του εξωτερικού, ακόμη και τις Ασίας, που έχει προηγηθεί), αλλά και από γνωστές αλυσίδες της εγχώριας αγοράς για μετάθεση των επεκτατικών τους πλάνων το 2021: έστω κι αν η Ελλάδα έχει, κατά κοινή ομολογία, πετύχει περισσότερο στο θέμα του ελέγχου της πανδημίας, γνωστά ονόματα όπως H&M, Sephora, Marks & Spencer, Flying Tiger, Gallerie de Beaute κ.ά. παγώνουν τους σχεδιασμούς τους για φέτος τερμώντας στάση αναμονής, με οριζόντια πλέον το 2021. Εξαιρεση αποτελούν όσες συμφωνίες είχαν γίνει προ κορωνοϊού, μεταξύ των οποίων και η πικρή μίσθωση στην Ερμού 46 για νέο κατάστημα «The Athlete's Foot» από τον όμιλο Fourtis μετά το λουκέτο του «Forever 21», λόγω της κατάρρευσης της ομώνυμης διεθνούς αλυσίδας στο τέλος του περασμένου έτους.



Της ΣΤΕΦΑΝΙΑΣ ΣΟΥΚΗ

stefaniasouki@ gmail.com

Το πλήγμα του τουρισμού στις πιάτσες

Εκτός από τα malls και τα outlets, μια σημαντική επίπτωση του κορωνοϊού στο λιανεμπόριο, η οποία δεν έχει αναδειχθεί στο μέγεθός της, έχει να κάνει με τη φρενιτή πτώση του τουρισμού. Με βάση τα στοιχεία από το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ), πέρυσι, σε μια χρονιά ιστορικού ρεκόρ για τον κλάδο με εισπράξεις 18,2 δισ. ευρώ, περί τα 2,7 δισ. κατευθύνθηκαν στο λιανεμπόριο, με την Ελλάδα μάλιστα να έχει ακόμη πολύ σημαντικά περιθώρια αν συγκριθεί με τα υπερδιπλάσια ποσά που ξοδεύουν οι τουρίστες σε άλλες ανταγωνιστικές χώρες, όπως η Ιταλία (που είναι πρωταθλήτρια), η Πορτογαλία, η Κροατία, ακόμη και η Τουρκία, στους βασικούς τουριστικούς προορισμούς. Παρά το γεγονός ότι σε επίπεδο εισπράξεων οι εκτιμήσεις για φέτος είναι επί του παρόντος στον αέρα, στην περίπτωση που συνολικά τα έσοδα από τον τουρισμό φέτος πέσουν στο 1/3 σε σχέση με πέρυσι, αντίστοιχα και τα έσοδα στις εμπορικές επιχειρήσεις θα πέσουν κάτω από 1 δισ. ευρώ.

«Φέτος το κέντρο της Αθήνας, ακόμη και η Ερμού, το κέντρο της Θεσσαλονίκης και οργανωμένες αγορές σε μεγάλους ντισπο-



τικούς προορισμούς όπως η Κρήτη, η Ρόδος και η Κέρκυρα θα δουν τις επιπτώσεις της πανδημίας και στους τζίρους των καταστημάτων τους λόγω της μειωμένης κίνησης από τουρίστες», επισημαίνει στο «b.s.» η κυρία **Ευμορφία Αυγερίου**, επικεφαλής του τμήματος Retail της γνωστής εταιρείας συμβούλων ακινήτων Δανός, που συνεργάζεται για τη χώρα μας με την BNP Paribas Real Estate.

Τα στοιχεία από την έτερη μεγάλη εταιρεία συμβούλων ακινήτων Proprius, η οποία συνεργάζεται με τη διεθνή συμβουλευτική **Cushman & Wakefield**, δείχνουν ακριβώς ποιο είναι το καταναλωτικό προφίλ των πελατών σε μεγάλες εμπορικές πιάτσες: στη μεγάλη μάζα του ελληνικού κοινού και στους τουρίστες στηρίζονται αγορές στο κέντρο της Αθήνας, όπως είναι αυτές στην Ερμού και στο Κολωνάκι, στη Γλυφάδα, στον Πειραιά, στη Θεσσαλονίκη και το Ηράκλειο, ενώ το ελληνικό κοινό αφορά κατά κύριο λόγο το προφίλ των καταναλωτών στην Κηφισιά και από τις μεγάλες επαρχιακές πόλεις στην Πάτρα. Συνολικά για την αγορά, όπως εκτιμά ο κ. **Παναγιώτης Τσαούσης**, επικεφαλής του τομέα μίσθωσης καταστημάτων της Proprius, «θα υπάρξουν αναπροσαρμογές ενοικίων σε βραχυπρόθεσμο οριζόντιο, οι οποίες ωστόσο θα προκλήσουν από την ελεύθερη διαπραγμάτευση μεταξύ εκμισθωτών και μισθωτών. Με βάση τις εκτιμήσεις, εκ

1. ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΕΝΟΙΚΙΩΝ ΕΩΣ 50% ΖΗΤΟΥΝ ΟΙ ΕΜΠΟΡΟΙ

Μέσο: ΠΡΩΤΟ ΘΕΜΑ _ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ

Ημ. Έκδοσης: . . . 24/05/2020 Ημ. Αποδελτίωσης: . . . 24/05/2020

Σελίδα: 11



ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΚΑΙ ΑΝΩΤΕΡΑ ΕΝΟΙΚΙΑ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΙΑΤΣΕΣ ΤΟ Α΄ ΤΡΙΜΗΝΟ ΤΟΥ 2020

Περιοχή	Καταναλωτικό προφίλ	Ενοίκιο (ευρώ/τ.μ.)
Ερμού	Έλληνες καταναλωτές όλων των εισοδημάτων και τουρίστες	285
Κολωνάκι	Έλληνες καταναλωτές ανώτερων εισοδημάτων και τουρίστες	100
Γλυφάδα	Έλληνες καταναλωτές όλων των εισοδημάτων και τουρίστες	140
Κηφισιά	Έλληνες καταναλωτές ανώτερων και μεσαίων εισοδημάτων	120
Πειραιάς	Έλληνες καταναλωτές όλων των εισοδημάτων και τουρίστες	85
Θεσσαλονίκη (Τσιμισκή)	Έλληνες καταναλωτές όλων των εισοδημάτων και τουρίστες	140
Πάτρα	Έλληνες καταναλωτές όλων των εισοδημάτων	60
Ηράκλειο Κρήτης	Έλληνες καταναλωτές όλων των εισοδημάτων και τουρίστες	100

ΠΗΓΗ: **Cushman** & Wakefield Proprius

ΠΕΡΙΜΕΝΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ

Το ελατήριο εκτόνωσης της αγοράς έπετα από δύο εβδομάδες λειτουργίας των καταστημάτων φαίνεται πως άρχισε να χαλαρώνει. Η αύξηση των πωλήσεων σε κίτριους τομείς, όπως τα αθλητικά είδη, τα βρεφικά - παιδικά είδη, τα τεχνολογικά και οι λευκές συσκευές, συνεχίζεται. Ωστόσο όχι με τη δυναμική των πρώτων εβδομάδων Υποτονική επίσης ήταν η επαναλειτουργία των εμπορικών κέντρων, όπου η κίνηση ήταν μικρότερη. Οι επικριρηματίες ελπίζουν ότι από Δευτέρα, που θα ανοίξει και η εστίαση, μπορεί να δοθεί μια νέα ώθηση και στο λιανεμπόριο. «Τα ψώνια είναι και μία βροταλειότητα για τον

περισσότερο κόσμο, να βγει βόλτα να ψωνίσει, να κάτσει να πιει έναν καφέ, να φάει κάτι. Το δεύτερο μέρος δεν υπήρχε, ελπίζω να αλλάξουν τα πράγματα από εβδομάδα», λέει ο πρόεδρος της ΕΣΕΕ Γιώργος Καρανίκας. Η μεγαλύτερη κίνηση πάντως εξακολουθεί να παρατηρείται σε τοπικές - περιφερειακές αγορές και όχι τόσο σε κεντρικές. Εκεί δηλαδή όπου μπορούν οι καταναλωτές να έχουν εύκολη πρόσβαση είτε με το αυτοκίνητό τους είτε πεζή, αφού ακόμα ο περισσότερος κόσμος αποφεύγει τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς.

ΣΤΕΛΙΟΣ ΜΟΡΦΙΔΗΣ

Ο κορωνοϊός δεν έπληξε μόνο τον τουρισμό, αλλά και τις πιάτσες του λιανεμπορίου που βασιζόνταν και στους τουρίστες, όπως η Ερμού, το Κολωνάκι, η Γλυφάδα, ο Πειραιάς, η Θεσσαλονίκη και το Ηράκλειο

των πραγμάτων θα υπάρξουν απώλειες στους τζίρους που θα πρέπει να επιμεριστούν κατά κάποιον τρόπο».

Τα malls

Στα μεγάλα malls ανά την Ελλάδα η πολιτική που έχει ακολουθηθεί μέχρι στιγμής όσον αφορά κυρίως τα ενοίκια δεν είναι ενιαία. Μάλιστα, για το διάστημα από εδώ και πέρα, για οποιαδήποτε επιπλέον μέτρα, πέραν αυτών που προέχονται κεντρικά από την ελληνική κυβέρνηση, καθοριστικό ρόλο θα παίξει η πορεία των πωλήσεων. Από τα εμπορικά κέντρα εμποσιμαίνεται και η πρόσθετη δυσκολία των αγορών αυτή τη στιγμή λόγω του ότι οι καταναλωτές φορώντας μάσκες σχηματίζουν ουρές έξω από τα καταστήματα προκειμένου να τηρηθούν οι αποστάσεις. «Εκ των πραγμάτων οι τζίροι είναι και θα είναι μειωμένοι από τη στιγμή που πλέον η αναλογία τετραγωνικών μέτρων ανά πελάτη εντός των καταστημάτων είναι περιορισμένη και άρα δεν μπορεί να εξυπηρετηθεί ο ίδιος αριθμός πελατών ταυτόχρονα», αναφέρουν σχετικά οι επιτελείς τους, προσθέτοντας ωστόσο ότι αμέσως μετά την άρση των μέτρων του lockdown ήταν αρκετοί οι καταναλωτές που υπέστησαν τη... βόσσαν της ουράς έξω από τα καταστήματα μεγάλων αλυσίδων, ενδεικτικό της διάθεσής τους για αγορές. Το μεγάλ-

λο ερώτημα βέβαια είναι κατά πόσο αυτό θα συνεχιστεί και τις επόμενες εβδομάδες, με βάση τα νέα δεδομένα που φέρνει ο κορωνοϊός σε επίπεδο εισοδημάτων των καταναλωτών. «Βλέπουμε και λαμβάνουμε αποφάσεις κάθε μήνα, πηγαίνουμε βήμα-βήμα με τους μισθωτές μας», δηλώνουν οι επιτελείς των malls.

Προς αυτή την κατεύθυνση κινείται και ο μεγάλος παίκτης της αγοράς, η Lamda Development, η οποία στα τρία μεγάλα malls, The Mall Athens, Golden Hall και Mediterranean Cosmos, προχώρησε σε μείωση κατά 40% σε ενοίκια και κοινόχρηστα για τον πρώτο μήνα του lockdown και εν συνεχεία σε γενναία, πρόσθετη, μείωση στο 70% τον Απρίλιο και αντίστοιχα τον Μάιο. Στα επόμενα βήματα, η πανδημία του κορωνοϊού φαίνεται ότι πήγε πίσω το χρονοδιάγραμμα για τη λειτουργία του εναπομείναντος τμήματος του Golden Hall, εκεί όπου προβλεπόταν να ανοίξει -μέσα στον Μάιο έλεγε το χρονοδιάγραμμα προ κορωνοϊού- το Μουσείο Ολυμπιακών Αγώνων, το οποίο πάει τώρα για το φθινόπωρο και μετά, ενώ κλειστός επί του παρόντος μένει και ο νέος χώρος ψυχαγωγίας - εκπαίδευσης Χρλορε.

Γενναία μείωση στους χρήστες έκανε για το δίμηνο Απριλίου - Μαΐου και το Athens Metro Mall στον Άγιο Δημήτριο του ομίλου Κωνσταντίνου, φτάνοντας συνολικά στο 65%.

Στο εμπορικό πάρκο Smart Park του ομίλου REDS -το οποίο έχει την ιδιαιτερότητα ότι είναι ανοιχτό και επομένως τα καταστήματα αθλητικών ειδών (αρχικά) που είχαν ανεξάρτητη είσοδο λειτουργήσαν εξαρχής με την πρώτη άρση των μέτρων - η μείωση των ενοικίων ήταν κατά 40%, στο ύψος που ορίστηκε από την κυβέρνηση. Σημειώνεται εδώ ότι την περασμένη εβδομάδα η επισκεψιμότητα στο πάρκο, το οποίο μάλιστα έχει επεκταθεί κατά 15.000 τ.μ. από τα τέλη της περασμένης χρονιάς, ήταν στα επίπεδα προ κορωνοϊού, με διψήφιο ποσοστό αύξησης.

Προ των αποφάσεων για το αν θα υπάρξουν επιπλέον μέτρα, πέραν αυτών που έχουν ληφθεί κεντρικά από την κυβέρνηση για μείωση 40% στα ενοίκια, τόσο για το προηγούμενο διάστημα όσο και για τους επομένους μήνες, είναι τα εκπαιδευτικά κέντρα One Outlet στη Θεσσαλονίκη και το εκπαιδευτικό χωριό McArthurGlen στα Σπάτα, τα οποία διαχειρίζεται η επενδυτική Blue House, ανάλογα με την πολιτική που ακολουθεί η McArthurGlen πανευρωπαϊκά. Η τελευταία, η οποία συνήθιζε να μιλάει για συνεργάτες (partners) και όχι για μισθωτές όσον αφορά τις επιχειρήσεις που φιλοξενεί στα εκπαιδευτικά κέντρα στην Ευρώπη, υποθέτει συγκεκριμένη στρατηγική. Θεωρεί αφενός ότι θα πρέπει σε όλα τα outlets της στην Ευρώπη να υπάρχει μια δίκαιη λύση ισοκαταμερισμού των ζημιών εφόσον καταρρεύσουν οι τζίροι, αφετέρου να πρέπει να ληφθεί πρωτοβουλία που θα καλύπτει όλο το 2020, και αφετέρου ότι όταν οι πωλήσεις επανέλθουν στα προ κορωνοϊού επίπεδα να υπάρχει ευελιξία για επάνοδο των ενοικίων.