

## PAZAR GÖSTERGELERİ

## Pazar Görünümü

Birincil Kiralar:	Kiralardan kısa vadede döviz cinsinden düşüş göstermesi beklenmektedir.	▲
Birincil Getiri Oranları:	Kısa ve orta vadede hafif bir artış göstermesi beklenmektedir.	▼
Arz:	Yavaşlaşa da arzdaki artış sürekliliğini korumaktadır.	▼
Talep:	Düşük seviyede sabit durumdadır.	▶

## Birincil Perakende Kiraları – Haziran 2019

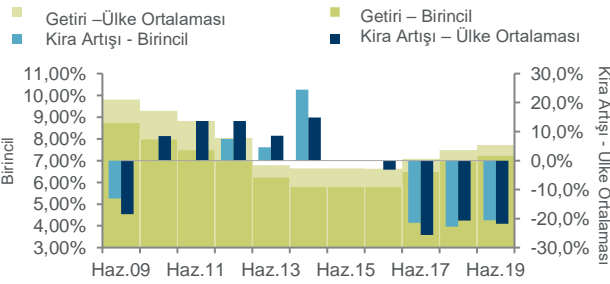
ANA CADDE MAĞAZALARI	₺ M²/AY	ABD\$ M²/AY	€ M²/AY	ABD\$ FT²/YIL	BÜYÜME % 1 YIL	M²/AY
İstanbul	750	130	1.242	139	-21,9	-14,9
İzmir	350	60	546	61	-26,7	-18,7
Ankara	468	80	844	95	-19,0	-13,4

## Birincil Perakende Getiri Oranları – Haziran 2019

ANA CADDE MAĞAZALARI (DEĞERLER BRÜT, %)	MEVCUT ÇEYREK	2019 1. Ç.	2018 2. Ç.	10 YIL YÜKSEK	10 YIL DÜŞÜK
İstanbul	7,25	7,25	7,00	8,75	5,80
İzmir	8,25	8,25	8,00	11,25	7,50
Ankara	8,25	8,25	8,00	11,25	7,00
ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ (DEĞERLER BRÜT, %)	MEVCUT ÇEYREK	2019 1. Ç.	2018 2. Ç.	10 YIL YÜKSEK	10 YIL DÜŞÜK
Ülke birincil	7,75	7,75	7,50	9,50	7,00

Sunulan getiri verilerine ilişkin, piyasanın değişen yapısının ve finansman gibi her türlü işlemdeki örtülü maliyetlerin ışığında, bu rakamlar yalnızca yaklaşık eğilimi ve başlıca kazanç seviyelerinin yönünü belirtmeye yönelik kılavuz niteliğinde olup özelliklerine bakılmaksızın herhangi belirli bir mal veya işlem için karşılaştırma amaçlı kullanılmamalıdır.

## Yakın Dönem Performansı



## Genel Bakış

AYD/Akademetre alışveriş merkezi verilerine göre, 2019 Mayıs ayında ciro endeksi bir önceki yılın aynı dönemine göre %23,1 artış göstererek aynı dönemde kaydedilen %18,7 enflasyon oranının üzerinde seyretmiştir. Mayıs 2019'da en yüksek artış, geçen yılın aynı dönemine göre %31,3 ile hazır giyim kategorisinde gerçekleşirken, ayakkabı kategorisi %30,9 oranla takip etmiştir. Bununla birlikte, Mayıs 2019'da bir önceki yılın aynı dönemine göre ziyaret sayısı endeksinde %1,1 oranında hafif bir azalma kaydedilmiştir.

## Kullanıcı Odağı

Başlıca döviz kurundaki dalgalanmalar ve yüksek enflasyon nedeniyle yerli perakendecilerin aktiviteleri ikinci çeyrekte düşük seyrete de, yabancı perakendecilerin talebinde ivme kaydedilmiştir. 2. Çeyrek boyunca, MediaMarkt yeni mağazalar açarak pazar payını artırmayı sürdürmüştür. Huawei ikinci deneyim mağazasını İstinye Park AVM'de açarken, Xiaomi Mi Store üçüncü mağazasını Akasya AVM'de açarak büyümesini sürdürmeye devam etmiştir. Katia&Bony, yeni konsept mağazasını Vadistanbul AVM'de hayata geçirirken Lego, Ankarada'daki ilk mağazasını Ankamall'da açmıştır. Bunun yanı sıra, Caffè Nero, yeni kahve evi deneyimi yaklaşımıyla ikinci mağazasını Nişantaşı'nda hizmete sokmuştur. Koçtaş Fix ise, büyükşehirlerin ardından sahil bölgelerine de inerek yaygınlaşmasını sürdürmektedir. Bununla birlikte, Mango, pazar payını yeni mağazalar açarak güçlendirirken, H&M önümüzdeki dönemlerde büyüme odaklı yatırımlarına devam etmeyi planlamaktadır. Ayrıca, Reebok büyüme stratejisi doğrultusunda yeni mağazasını Maltepe Piazza AVM'de açmıştır. Diğer taraftan, Clark's Türkiye pazarından çıkmaya hazırlanmaktadır.

İkinci çeyrekte pazara 15.000 m<sup>2</sup> yeni arz giriş yaparak toplam AVM arzı 12,92 milyon m<sup>2</sup>'ye çıkmıştır; Eskişehir'de Cassaba Modern AVM.

## Yatırım Odağı

Artan satılık gayrimenkuller ile birlikte yatırım faaliyetlerinin ivme kazanması beklenmektedir. Bununla birlikte, ikinci çeyrekte büyük çaplı bir yatırım işlemi gerçekleştirilmiştir.

## Genel Görünüm

Yakın dönem görünümün kırılan seyrete devam etmesine karşın, ekonomi yılın ilk yarısında düzelmeler göstermiştir. Bu düzelmelerin doğrultusunda, yabancı yatırımcıların artan ve acil satılık gayrimenkullere olan ilgisinin ivmelenmesi beklenmektedir. Geçtiğimiz dönemlerde oldukça yüksek kaydedilen enflasyonun son iki ayda düşüş göstermesi ile birlikte, alışveriş merkezleri ciro endeksi yeniden enflasyonun üzerinde seyretmiştir ve endeksin orta vadede giderek yükselmesi öngörülmektedir. Bununla birlikte, döviz kurundaki dalgalanmalardan dolayı kiralardaki düşüşün sürekliliğine yönelik mal sahipleri üzerindeki baskı devam etmektedir. Ek olarak, alışveriş merkezlerinde ana eğilim olan yenileme ve yeniden konumlandırmanın yanı sıra, alışveriş merkezlerinde yeme-içme, eğlence ve rekreasyon alanları, eğitim gibi yeni fonksiyonlar yüklenerek yeniden yapılandırma temel gerekliliklerden olmaya başlamıştır.