

# TÜRKİYE

## Gayrimenkul Pazarı Görünümü

Birinci Çeyrek | 2022

Ofis  
Perakende  
Sanayi ve Lojistik



# PAZARA BAKIŞ

# TÜRKİYE

Perakende 1.Ç. 2022

CUSHMAN & WAKEFIELD

## PAZAR GÖSTERGELERİ

<b>Birincil Kiralar:</b>	Pandemi sonrası dönemde artan talep ve enflasyon ile beraber kiralarda artış gözlenmektedir.	▼
<b>Birincil Getiri Oranları:</b>	Birincil getiri oranlarının orta vadede sabit kalması beklenmektedir.	▲
<b>Arz:</b>	Pandemi sonrası dönem ile beraber inşaat halindeki projelerin hız kazanarak tamamlanması beklenmektedir.	▲
<b>Talep:</b>	Perakende talebinin pandemi sonrası dönemde arttığı gözlemlenmektedir.	▼

### Birincil Perakende Kiraları – Mart 2022

Ana Cadde Mağazaları	₺	ABD\$	€	ABD\$	BÜYÜME %	
	M <sup>2</sup> /AY	M <sup>2</sup> /AY	M <sup>2</sup> /YIL	FT <sup>2</sup> /YIL	1 YIL	5 YIL, YBBO
İstanbul	1.250	90	960	100	-14,3	-17,1
İzmir	625	45	480	50	0,0	-16,4
Ankara	765	55	588	61	-8,3	-17,0

### Birincil Perakende Getiri Oranları – Mart 2022

ANA CADDE MAĞAZALARI	2022	2021	2021	10 Yıl		
	(Değerler brütür, %)	1. Ç.	4. Ç.	1. Ç.	Yüksek	Düşük
İstanbul	7,25	7,25	7,50	7,50	5,80	
İzmir	8,25	8,25	8,50	10,25	7,50	
Ankara	8,25	8,25	8,50	9,75	7,00	

ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ	2022	2021	2021	10 Yıl		
	(Değerler Brütür, %)	1. Ç.	4. Ç.	1. Ç.	Yüksek	Düşük
Türkiye	8,00	8,00	8,00	8,00	7,00	

## Genel Bakış

Pandemi nedeniyle yürürlükte olan pek çok kısıtlamanın bu çeyrekte kaldırılması ile yılın ilk çeyreğinde vaka sayılarının azalma eğilime girmesi sonucunda perakende de ciddi ivmelenme kaydedilmiştir. Pandemi döneminde yer alan karamsar havanın dağılarak yerini olumlu bir ortama bırakmasının olumlu etkileri perakendeye olumlu yansıdığı gözlemlenmektedir. Bunların yanı sıra, uluslararası tedarik zinciri krizi, artan enflasyon ve asgari ücrette gerçekleştirilen artış sebebiyle artan maliyetler sektör üzerindeki baskısını devam ettirmektedir.

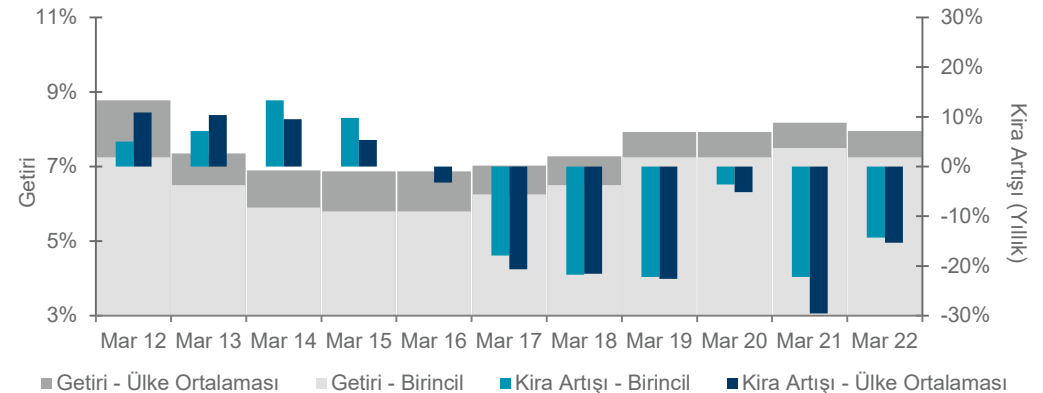
AYD/Akademetre tarafından sağlanan alışveriş merkezleri perakende verileri göz önüne alındığında; Şubat 2022'de alışveriş merkezi ciro endeksinde bir önceki yıla göre %138,6'lık ciddi bir artış gözlemlenmiştir. Tüm kategorilerde ise önceki yıla göre belirgin bir artış kaydedilmeye bu çeyrekte devam edilmiştir. Giyim ve ayakkabı kategorileri metrekare verimlilik endekslerinde sırasıyla %159,4 ve %183,5 seviyelerinde artmış olup giyim kategorisinde bir önceki aya göre %1,3'lük azalış yaşanırken, ayakkabı kategorisinde %2,8 oranında artış gözlemlenmektedir. Bununla birlikte, belirgin olarak en yüksek kaydedilen artış %297,6 oranla yeme-içme kategorisinde gerçekleşirken, diğer kategorilere kıyasla daha düşük ivme ile artan kategorinin ise yine bu çeyrekte de %66,8 ile hipermarket olduğu gözlemlenmiştir. Şubat 2022'de bir önceki yılın aynı ayına göre ziyaretçi sayısı endeksinde %97,1'lik artış gerçekleşmiştir. Ancak, bir önceki aya göre karşılaştırıldığında %5,8 oranında bir azalış kaydedilmiştir.

Öte yandan, TÜİK verilerine göre, takvim etkilerinden arındırılmış perakende satış hacmi ve cirosu Şubat ayında bir önceki yılın aynı ayına kıyasla sırasıyla %6,2 ve %82,2 ile önemli bir artış kaydetmiştir. Bununla beraber, tüketici güven endeksi Mart ayında bir önceki aya kıyasla %1,9 oranında artmıştır.

## Kullanıcı Odağı

2021 yılının ilk çeyreğinde pandeminin olumsuz etkisinin azalmasıyla beraber yeni mağaza açılışlarının ivme kazandığı gözlemlenmektedir. Ayrıca, Rusya-Ukrayna savaşı sırasında Rusya ve Ukrayna menşeli markaların Türkiye'ye ilgisinin arttığı gözlemlenmektedir.

## YAKIN DÖNEM PERFORMANSI



### Kullanıcı Odağı

Kısıtlamaların tamamen kalkmasının ardından ticari alanlarında hareketlilik artmıştır. Birinci çeyrek itibarıyla sektöre yeni girişler gerçekleşmiştir.

Giyim kategorisinden Boyner, daha önce Bağdat Caddesi'nde deneyim mağazası konsepti ile açtığı mağazaya bir yenisini ekleyerek Viaport AVM'de açılışı gerçekleştirmiştir. Yine giyim kategorisinden Beymen ise Zorlu Center'da mevcut mağazasını genişletmiştir. Teknoloji kategorisinden MediaMarkt ise İzmit'te bulunan İzmit 41 Burda AVM'ye giriş yaparak genişleme stratejisini sürdürmektedir. Ev ve mobilya kategorisinden, İtalya'nın önemli tasarım markalarından Rapsel ise operasyonlarını Türkiye'den yürütme kararı aldığını açıklayarak Türkiye'de mağaza yatırım planlarını açıklamışlardır. Evidia 2022'de yılında büyüme stratejisini devam ettireceğini açıklamıştır. Hipermarket kategorisinde Migros ve CarrefourSA ise büyüme stratejilerini bu çeyrekte de devam ettirmişlerdir. Kahve zincirleri, büyüme stratejilerini bu çeyrekte de devam ettirmiş Yunan Kahve zinciri Mikel, Costa Coffee, Kahve Dünyası ve Starbucks önümüzdeki dönemler için yatırım planlarını açıklamıştır.

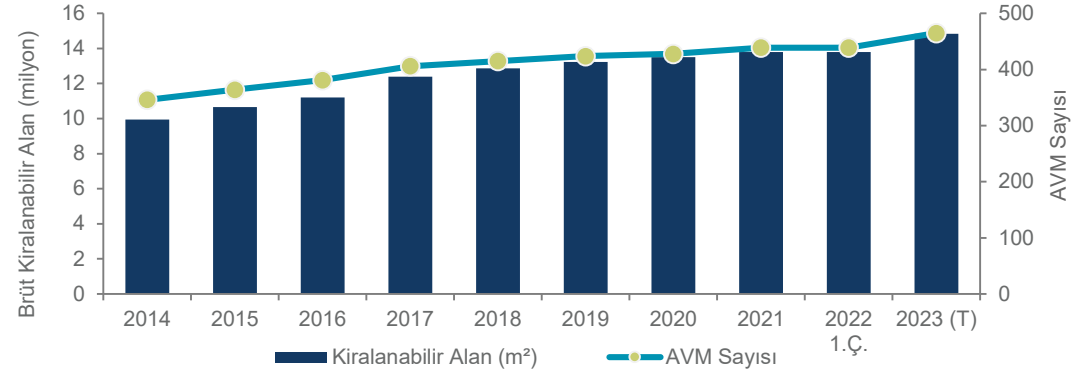
Yılın ilk çeyreğinde pazara yeni bir alışveriş merkezi girişi olmazken, toplam arz 13,8 milyon m<sup>2</sup> ile sabit seviyede kalmıştır.

### Yatırım Odağı

Perakende yatırım faaliyetlerinde yılın ilk çeyreğinde büyük çaplı yatırım işlemi olarak; Anadolu'da yer alan bir Alışveriş Merkezinin satışı kaydedilmiştir.

Orta vadede yatırım faaliyetlerinin ivme kazanması beklenmektedir.

### Yıllara Göre AVM Kiralanabilir Alan ve Sayısı



### Genel Görünüm

- 2022 yılının başlamasıyla gündemde yer alan Rusya-Ukrayna savaşının başlamasının ardından birçok yabancı firma Türkiye'yi merceğine almıştır. Özellikle Rus ve Ukrayna menşeli perakende markalarının Türkiye pazarında mağaza yatırımı yapma taleplerinin arttığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda özellikle doğu Avrupa ve Rus markalarının Türkiye'ye olan taleplerinin orta vadede artması beklenmektedir.
- Pandemi öncesi başı çeken sektörlerden olan yeme-içme sektörü, pandemi döneminde duraklama dönemine girmişti. Pandemi sonrasında ise hızlıca yükseliş trendine geri dönmüştür. Özellikle AYD'nin açıkladığı kategori bazlı ciro oranları dikkate alındığında geçen yılın aynı dönemine oranla 3 katı oranında artış kaydedilmiştir. Önümüzdeki süreçte Yeme-içme kategorisi ciro artışının büyüme trendine devam edeceği öngörülmektedir.
- 2021 yılında e-ticaret hacmi %69 artarak 381,5 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. E-ticaretin genel ticarete oranı 2021 yılında %17,7 olarak gerçekleşerek neredeyse bir önceki seneye aynı seviyede kaydedilmiştir. Bu oranın en yüksek olduğu ay ise %20,4 ile e-ticarette kampanya ayı olarak bilinen Kasım ayı olmuştur. Ayrıca, 2021 yılında gerçekleşen e-ticaret harcamaları ülkemizde 18-70 yaş arası nüfusa oranlandığında kişi başına düşen e-ticaret harcaması 2021 yılında bir önceki yıla göre %69 artış göstermiştir. Bu bağlamda pandemi döneminin ardından e-ticaretin yükseliş trendine devam edeceği düşünülmektedir.
- Pandemi ile birlikte yeniden şekillenen perakende pazarında dijitalleşme ivme kazanırken, perakendeciler fiziksel mağazalarında teknolojik altyapılarını güçlendirerek deneyim mağazası konseptini ön plana almışlardır. Perakende sonrası gözlemlenen canlanma ile kullanışlı, özgün, hedefe yönelik deneyim sunan konseptlerin bu yılda popülerliğini koruyup yaygınlaşacağı öngörülmektedir.

**Gizem Naz İnci**

Danışman, Araştırma  
Büyükdere Cd. 13, River Plaza, 15  
Levent 34394 İstanbul/Türkiye  
Tel: +90 212 334 78 15  
[gizem.inci@cushwake.com](mailto:gizem.inci@cushwake.com)

**Tuğra Gönden**

Yönetim Kurulu Başkanı  
Büyükdere Cd. 13, River Plaza, 15,  
Levent 34394 İstanbul/Türkiye  
Tel: +90 212 334 78 00  
[tugra.gonden@eur.cushwake.com](mailto:tugra.gonden@eur.cushwake.com)

Bu rapor, Cushman & Wakefield LLP (C&W) tarafından sadece ticari gayrimenkul ile ilgilenen kişiler tarafından bilgi amaçlı olarak kullanılabilir. Raporun hazırlanması amacıyla hazırlanmış olup, özelliklerine bakılmaksızın ve uzman görüşü alınmadan herhangi belirli bir mal veya işlem için karşılaştırma amaçlı kullanılmamalıdır. Söz konusu bu yayın piyasalar ya da kaynak gösterilen piyasalardaki gelişmeler hakkında kapsamlı bir açıklama yapma amacıyla hazırlanmamıştır. Bu rapor, C&W tarafından güvenilirliğine inanılan kamuya açık kaynaklardan yararlanılmış bilgileri içermekte olup, söz konusu veriler kesin olarak doğrulanmamış olduğundan raporun doğru ve eksiksiz bilgiler içerdiği garanti edilmemektedir. İşbu raporda yer alan bilgilerin herhangi birinin doğruluğu veya eksiksizliği konusunda açık veya zımni hiçbir garanti veya taahhüt verilmemektedir. C&W bu bağlamda raporun içeriğini okuyan kişilere veya herhangi bir üçüncü tarafa herhangi bir sorumluluk üstlenmeyecektir. İşbu raporda verilen tüm fikirler değişkenlik gösterebilir. Raporun tamamı veya kısmen çoğaltılması C&W'in önceden yazılı iznine tabi olacaktır. C&W ya da ilgili herhangi bir şirket tarafından daha fazla bilgilendirme mesajları almak istemiyorsanız, kişisel bilgileriniz ile birlikte konu kısmına "Unsubscribe" yazarak [unsubscribe@eur.cushwake.com](mailto:unsubscribe@eur.cushwake.com) adresine e posta gönderebilirsiniz. ©2022 Cushman & Wakefield LLP. Tüm hakları saklıdır.

**Cushman & Wakefield Hakkında**

Cushman & Wakefield, gayrimenkul kullanıcıları ve sahipleri için olağanüstü değer sunan lider bir küresel gayrimenkul hizmetleri firmasıdır. Cushman & Wakefield, 400'den fazla ofis ve 60 ülkede yaklaşık 50.000 çalışanı ile en büyük gayrimenkul hizmetleri firmaları arasındadır. Firma 2021 yılında, mülk, tesis ve proje yönetimi, kiralama, sermaye piyasaları, değerlendirme ve diğer hizmetlerinde 9,4 milyar dolar gelir elde etti. Daha fazla bilgi için [www.cushmanwakefield.com](http://www.cushmanwakefield.com) adresini ziyaret edebilir veya Twitter'da [@CushwakeTurkiye](https://twitter.com/CushwakeTurkiye)'i takip edebilirsiniz.

**Araştırma Hizmetlerimiz**

Cushman & Wakefield tüm dünyada pazar lideri konumundadır. Müşterilerimizin karar verme ve proje uygulamalarını desteklemek ve rekabet güçlerini arttırmak amacıyla, tüm dünyada öncü eğilimlere ilişkin güvenilir, yüksek kaliteli araştırma raporları üretiyoruz. Çeyrek dönem analizleri ve küresel sıralamalar gibi periyodik raporlarımıza ilişkin düzenli güncellemeleri temin edebilirsiniz. C&W, ayrıca mal sahibi, kullanıcı ve yatırımcılara özel ihtiyaçlarını karşılamak üzere özelleştirilmiş müşteri raporları da hazırlamaktadır.

**Cushman & Wakefield Araştırma**

Araştırma raporlarımızı incelemek için web sitelerimizi ziyaret ediniz.

<http://www.cushmanwakefield.com>

<http://www.cushbakisi.com/>