PAZAR ANALİZİ ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ RAPORU

AVRUPA

Bir Cushman & Wakefield Araştırma Yayınıdır

NİSAN 2014

GENEL BAKIŞ



Avrupa’da 2013'ün ikinci yarısında inşaat aktiviteleri giderek hız kazanmış ve yaklaşık 3,6 milyon m2 brüt kiralanabilir alana (BKA) sahip yeni alışveriş merkezi tamamlanmıştır. Bu değer, 2013 yılı ilk yarısının iki katı olsa da bazı projelerin

açılışlarının 2014 yılına ertelenmesi nedeniyle öngörülen rakamlara ulaşılamamıştır.

Orta ve Doğu Avrupa lokomotif bölgeler olmaya devam etmiş ve toplam yeni alışveriş merkezi alanının %69’u (2,4 milyon m2) bu bölgede tamamlanmıştır. Buna ek olarak, 2014 ve 2015 yılında Avrupa’da tamamlanacak projelerin %66’sı da (6,8 milyon m2’nin 4,2 milyon m2’si) Orta ve Doğu Avrupa’da gerçekleşeceği için bu bölgeler hareketli olmaya devam edecektir. Fakat Doğu Avrupa’da yaşanan jeopolitik sorunlardan dolayı bazı projelerin bir sonraki yıla ertelenme olasılığı nedeniyle devam eden projeler açısından 2015 yılının yavaş geçmesi beklenmektedir.

PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ

Avrupa’da 1 Ocak 2014 tarihi itibariyle toplam alışveriş merkezi alanı yaklaşık 154 milyon m2’dir. En büyük pazar, 17,3 milyon m2’yi aşan AVM alanı ile Fransa olmaya devam etmektedir, ayrıca 2014 ve 2015 yılında bazı mevcut projelerin genişletilmesi çalışmalarıyla pazara girecek toplam 1,3 milyon m2 arz ile devam eden projeler açısından Batı Avrupa’da birinci, Avrupa genelinde ise üçüncü sıradadır.

Toplam 16,93 milyon m2 alışveriş merkezi alanı ile İngiltere ikinci ve 16,86 milyon m2 alışveriş merkezi alanına sahip Rusya üçüncü sıradadır. Önceki raporlarda belirtildiği üzere, 2014 yılının sonuna kadar Rusya’nın İngiltere’yi geçerek Avrupa’da ikinci sıraya yerleşmesi beklenmektedir. Önümüzdeki iki yıl içerisinde İngiltere’de yeni proje inşasının yavaşlaması, ancak tamamlanması beklenen birkaç önemli proje ile 2016 yılında tekrar hızlanması öngörülmektedir.

Devam eden projeler açısından en büyüğü olan Rusya, bu projelerin tamamının hayata geçmesi durumunda birinci sıraya yükselebilir. Projelerin bitiş tarihleri ile ilgili belirsizlikler mevcut olsa da, Avrupa’nın en büyük alışveriş merkezi olacak Moskova Avia Park (235.000 m2) da dahil olmak üzere 2014 ve 2015 yıllarında yaklaşık 2,6 milyon m2 yeni arz pazara sunulacaktır.

1.000 kişi başına düşen toplam alışveriş merkezi alanı açısından göreceli olarak hala olgunlaşmamış bir pazar olarak kabul edilebilecek Türkiye (121 m2/1.000 kişi) ise devam etmekte olan projeler açısından Avrupa’nın ikinci büyük ülkesidir. 2,2 milyon m2’den fazla alanın 2015 yılının sonuna kadar tamamlanması beklenmektedir. Avrupa’nın en büyük projelerinin ikisi de dahil olmak üzere projelerin yarısından fazlasının gerçekleşeceği İstanbul odak noktası olmaya devam edecektir.

AVRUPA ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ DEVAM EDEN

|  |
| --- |
| Avrupa’da devam eden Alışverİş Merkezİ projelerİ 2014 - 2015 (milyon m2) |
|  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Perakende Pazarı Göstergelerİ, AB-28 Ortalama | | | |
|  |  | 2012 | 2013 |
| Kişi Başı GSYİH (€) | | 25.567 | 25.767 |
| Kişi Başı Özel Tüketim (€) | | 14.929 | 15.021 |
| Özel Tüketim (% yıllık gerçek değişim) | | -0,7% | 0,1% |
| Ortalama Tüketici Fiyatları (% yıllık değişim) | | 2,6% | 1,5% |

Kaynak: Oxford Economics

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| İnşası devam eden büyük projeler | | | | |
| Ülke | Şehİr | Proje Adı | BKA (m2) | Yıl |
| Rusya | Moskova | Avia Park | 235.000 | 2014 |
| Türkiye | İstanbul | Mall of Istanbul | 155.000 | 2014 |
| Türkiye | İstanbul | Emaar Square | 150.000 | 2015 |
| Rusya | Moskova | Columbus | 140.000 | 2014 |
| Ukrayna | Kiev | Respublika | 138.000 | 2014 |

2013'ÜN İKİNCİ YARISINA GENEL BAKIŞ

2013'ün ikinci yarısında pazara yaklaşık 3,6 milyon m2’lik yeni alan eklendi. Bu rakam, 2013 yılının ilk yarısında tamamlanan 1,8 milyon m2 alandan oldukça yüksek ve 2012 yılının aynı döneminde tamamlanan 3,4 milyon m2 alanı ise az da olsa geçmiştir. Proje geliştirme yoğunluğunun yaşandığı bölgeler ise çoğunlukla değişmemiştir. Rusya, yaklaşık 1 milyon m2 yeni alışveriş merkezi alanı ile tüm Avrupa toplamının %29'unu temsil ederek liderliğini korumuştur. Ayrıca Avrupa’da ikinci yarıda gerçekleşen en büyük üç açılış ta Rusya’da yer almaktadır: Aero Park City 1. faz (91.000 m2), Kristall (75.000 m2) ve Planeta (63.440 m2).

Yılın son çeyreğinde tamamlanan ve en büyük açılış olan Zorlu Center (60.000 m2) ile birlikte Türkiye, 2013'ün ikinci altı ayında toplam 486.800 m2 yeni arz ile yine ikinci sırada yer aldı. İlk üçe yeni giren ülke ise 2013'ün ikinci altı ayında yaklaşık 340.800 m2 alanın eklendiği Ukrayna oldu. Ukrayna’yı sırasıyla 340.700 m2 ve 291,300 m2 ile Polonya ve Fransa izledi.

Yılın ilk yarısında gözlemlenen temel eğilimlerde bir değişiklik olmamış ve yeni alışveriş merkezleri Orta ve Doğu Avrupa’da inşa edilmişken genişleme çalışmaları genellikle Batı Avrupa’da gerçekleşmiştir. Avrupa genelinde açılan 110 yeni alışveriş merkezinin 37’si Batı Avrupa’da iken kalan 73 adedi Orta ve Doğu Avrupa’dadır. Mevcut 64 alışveriş merkezinde genişleme projeleri gerçekleştirilmiştir, bunların 45’i Batı Avrupa’da iken kalan 19 adedi Orta ve Doğu Avrupa pazarında yer almaktadır.

1 Ocak 2014 tarihinde Avrupa alışveriş merkezi toplam brüt alanı 154 milyon m2’ye ulaşmış olup 27 AB üye ülkesinde (Kıbrıs hariç) 1.000 kişi başına düşen ortalama alan 268,7 m2’dir. Norveç, 666 m2/1.000 kişi ortalamasıyla en yüksek alışveriş merkezi yoğunluğuna sahip ülke olmaya devam etmektedir.

AVRUPA GENELİNDEKİ ANA EĞİLİMLER

2013 yılının ikinci yarısında tamamlanan yeni alışveriş merkezlerinin odak noktası Rusya olmaya devam etmiştir, toplam pazara giren alanın yaklaşık %97’si yeni projelerdir (34 adet). Genişleme projesi olarak sadece 4 adet projede toplam 31,800 m2 alan pazara arz edilmiştir. Türkiye'de de buna benzer bir eğilim mevcuttur; aynı dönem içerisinde 11 yeni proje ve 2 genişletme projesi tamamlanmıştır. Bu iki pazar inşa edilen toplam yeni alışveriş merkezi alanının %42’sini oluşturarak en büyük paya sahip olmaya devam etmiştir.

En büyük alan artışı Ukrayna’da gerçekleşmiş olup toplam AVM alanı %10,8 artmıştır. Ülkede, dokuz adet yeni proje ve dört adet genişletme projesi olmak üzere toplam 340.800 m2 yeni arz gerçekleşmiş ve bu Ukrayna’yı Avrupa’da 3. sıraya yerleştirmiştir. En büyük proje Mariupol şehrindeki 56,000 m2’lik Port City’dir.

Polonya’da kayda değer yeni arz girişi ile toplam AVM alanı %6,9 artış göstermiştir. Galeria Bronowice (60.000 m2), Galeria Katowicka (50.500 m2) ve Trzy Korony (32.000 m2) gibi yeni alışveriş merkezi projeleri tamamlanmıştır. Orta ve Doğu Avrupa göz önüne alındığında genişletme çalışmaları biraz daha fazladır, Poznań City Centre ve Wzgórze gibi mevcut alışveriş merkezlerini genişletme projeleri toplam aktiviteye katkıda bulunmuştur.

|  |
| --- |
| 1.000 KİŞİ BAŞINA DÜŞEN ALIŞVERİŞ MERKEZİ ALANI (bka, m2) |
|  |

|  |
| --- |
| AÇILAN YENİ ALIŞVERİŞ MERKEZİ ALANI2013 ikinci YARI (bka, milyon m2) |
|  |

ÇILAN YENİ ALIŞVERİŞ MERKEZİ ALANI 2013 2. YARI (MİLYON M2)

AVRUPA’DA AVM GELİŞİMİ

2014 yılı Avrupa’da inşası devam eden alışveriş merkezi toplam alanı 6,8 milyon m2’dir. 127'si Orta ve Doğu Avrupa pazarında olmak üzere Avrupa genelinde toplam 203 yeni alışveriş merkezinin tamamlanması planlanmaktadır. Ayrıca, 65’i Batı Avrupa'da olmak üzere toplam 86 adet genişletme projesi tamamlanacaktır. 2015 yılına bakıldığında ise 103 yeni proje ve 32 genişletme projesinde toplam 4,2 milyon m2 yeni arz girişi beklenmektedir.

Ukrayna, Türkiye ve Rusya Avrupa’da yeni AVM arzının lokomotifi olmaya devam etmesi ve her üç ülkede de toplam alan bazında çift haneli büyüme beklenmektedir. Respublika’nın (138.000 m2) başı çektiği Ukrayna’daki alışveriş merkezi projelerinin 2015 yılının sonuna kadar mevcut alanı %30 artıracağı öngörülmektedir.

Hem gelişmekte olan hem de göreceli olarak olgunlaşmış diğer pazarlarda da güçlü büyüme oranları beklenmektedir. Az gelişmiş Bulgaristan pazarında, mevcut alanı %19 artıracak 4 adet yeni alışveriş merkezinin inşa edilmesi, ayrıca gelecek iki yıldaki dokuz adet yeni proje ile Slovakya’da da %10’luk büyüme beklenmektedir.

PERAKENDE YATIRIMI

Avrupa çapında yatırım aktiviteleri oldukça hız kazanmıştır ve 2013 yılının ikinci yarısında toplam perakende yatırım hacmi yaklaşık 23 milyar Avro olup, yıllık 39,6 milyar Avro’ya ulaşmıştır. Perakende pazarı büyük bir iyileşme yaşamış ve 4. çeyrekteki toplam 14,6 milyar Avroluk işlem ile 2013 yılının sonuna doğru kullanıcı pazarının önüne geçmiştir. Bu 2007 yılının 4. çeyreğinden beri kaydedilen en büyük değerdir ve ilk üç çeyrek göz önüne alındığında %75’lik bir artışı temsil etmektedir.

Üç büyükler – İngiltere, Almanya ve Fransa bu iyileşme sürecinin liderliğini üstlenmiştir ve Avrupa’daki toplam perakende yatırım aktivitelerindeki paylarını %60’a çıkarmışlardır. İngiltere, yaklaşık 6,5 milyar Avroluk işlem ile Avrupa’nın en büyük pazarı olmayı sürdürmüştür. Geçtiğimiz altı ay içinde %31’lik hacimsel artış yaşanan ve 2013'ün ikinci yarısında 5,1 milyar Avro hacme ulaşan Almanya İngiltere’yi takip etmektedir.

Avrupa çapındaki iyileşme geniş tabanlı gerçekleşmiştir. Güney ülkelerinde satın almalar açısından kayda değer bir artış görülmüştür. Özellikle İtalya ve İspanya’daki aktiviteler oldukça canlı olup, daha gerçekçi fiyatlandırma yapan satıcılar nedeniyle yeni pazarlar arayan yatırımcıların taleplerini karşılamıştır. 2012 yılında satın almalar açısından İtalya’da yaşanan büyük küçülme ve sadece 360 milyon Avroluk toplam perakende işlem hacminden sonra rakam 2,1 milyar Avro’ya yükselmiş ve PIMCO ve The Blackstone Group gibi kuruluşlar en aktif yatırımcılar olmuştur.

Genel olarak ele alındığında bölgede ekonomik iyileşmeye, daha iyi finansman bulunurluluğu, daha sağlam kullanıcı pazarları ve yatırımcıların kendi risk eğrilerini yeniden konumlandırmasına ilişkin güçlü ibareler görülmektedir ve bu faktörlerin tamamı yatırım aktivitelerini hızlandırmıştır. İleriye yönelik, 2013 yılının son dönemlerinde ortaya çıkan güçlü momentumun 2014 boyunca da korunacağı öngörülmektedir, fakat yüksek kaliteli ürün eksikliği ve sorunlu inşaat faaliyetlerinin bazı çekirdek pazarlardaki fırsatları sınırlandırmasından dolayı yatırımcıların daha önce ilgilenmedikleri pazarlara yönelebileceği düşünülmektedir.

|  |
| --- |
| AVRUPA ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ GELİŞİMİ (milyon m2) |
| Yıllık Yeni Alışveriş Merkezi BKA (Sol)  Toplam BKA (Sağ) |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ALIŞVERİŞ MERKEZİ KİRALARI VE GETİRİ Oranları | | | | |
| Ülke | ORTALAMA  BİRİNCİL KİRALAR (€/m2/yıl) | ORTALAMA BİRİNCİL GETİRİLER (%) | KISA VADELİ GETİRİ öngörüsü |  |
| Avusturya | 940 | 6,44 |  |
| Belçika | 1.030 | 5,68 |  |
| Çek Cumhuriyeti | 789 | 6,61 |  |
| Danimarka | 643 | 6,00 |  |
| Finlandiya | 1.050 | 5,38 |  |
| Fransa | 1.263 | 5,50 |  |
| Almanya | 548 | 5,08 |  |
| Macaristan | 504 | 7,71 |  |
| İrlanda | 1.800 | 8,00 |  |
| İtalya | 639 | 8.00 |  |
| Lüksemburg | 1.050 | 5,63 |  |
| Hollanda | 433 | 6,75 |  |
| Norveç | 865 | 5,79 |  |
| Polonya | 547 | 6,11 |  |
| Portekiz | 610 | 8,42 |  |
| Romanya | 370 | 9,30 |  |
| Rusya | 2.545 | 9,00 |  |
| Slovakya | 660 | 7,25 |  |
| İspanya | 627 | 7,06 |  |
| İsveç | 740 | 5,13 |  |
| Türkiye | 740 | 7,75 |  |
| Birleşik Krallık | 1.555 | 5,00 |  |

Not: Kırmızı ile işaretlenen getiriler, transfer maliyetlerini, vergi ve harçları içerecek şekilde net esasına göre hesaplanmıştır. Kiralar ve getiriler, her ülkedeki en iyi alışveriş merkezleri aralığıyla ilişkilidir ve yalnızca gösterme amaçlıdır. Piyasanın ve finanslamada olduğu gibi her işlemde bulunan maliyetlerin değişken doğası dikkate alındığında, bu rakamlar yaklaşık eğilimleri ve birincil getiri seviyelerinin yönünü gösterme amaçlı bir kılavuz niteliğindedir ve ilgili gayrimenkule ait detaylar göz önüne alınmadan herhangi bir işlem veya gayrimenkul kıyaslaması için kullanılmamalıdır. Ayrıca, alışveriş merkezi formatının ülkeye göre değişiklik gösterdiği unutulmamalı ve farklı pazarlardaki projeler arasında doğrudan kıyaslama yaparken bu durum dikkate alınmalıdır.

**ALIŞVERİŞ MERKEZİ TANIMI**

Cushman & Wakefield; alışveriş merkezi kavramını merkezi olarak yönetilen, belirli bir amaca hizmet etmek için inşa edilmiş, birimler ve ortak alanlardan oluşan ve 5.000 m²’nin üzerinde brüt kiralanabilir alana sahip perakende tesisi olarak tanımlar. Fabrika Outlet Merkezleri ve Perakende Parkları tanımın dışında tutulmuştur. Tüm grafik ve tablolar Cushman & Wakefield'e ait Avrupa Alışveriş Merkezleri Veritabanı'ndan alınmıştır.