



Η συγκεντρωση του εμπορίου φαίνεται πλέον στις ταμπέλες. Σε όλους τους μεγάλους εμπορικούς δρόμους της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης οι εμπορικές αλλυσίδες κατέχουν το 80% περίπου του διαθέσιμου εμπορικού χώρου. Το ανησυχητικό είναι ότι σε αντίθεση με τις προηγούμενες δεκαετίες η ζήτηση είναι επικεντρωμένη σε συγκεκριμένους δρόμους ενώ καμία εμπορική επιχείρηση δεν παίρνει το ρίσκο να επενδύσει σε καινούργιες αγορές, με αποτέλεσμα ολόκληρη η αγορά να κινείται στα στενά χωροταξικά όρια κάποιων δρόμων. Αυτό μάλιστα γίνεται φανερό, αν δει κανείς τα άδεια καταστήματα των παράπλευρων δρόμων της Ερμού που παραμένουν ξενοίκιαστα για περισσότερο από ένα χρόνο. Φυσικά τα καινούργια εμπορικά κέντρα μπορεί να απορροφήσουν ένα ποσοστό της ζήτησης αλλά από την άλλη πλευρά θα οξύνουν το πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι μικρές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε δρόμους μικρότερης εμπορικής προβολής».

Το μόνο σίγουρο είναι , ότι στην αγορά εμπορικών χώρων βρίσκεται πλέον σε περιβάλλον υψηλής συγκέντρωσης , τόσο από πλευράς προσφοράς όσο και ζήτησης αφού οι «παίκτες» που την διαμορφώνουν έχουν παρουσία σε όλα τα εμπορικά σημεία υψηλής προβολής . «Στις εμπορικές πιάτσες ουσιαστικά οι ταμπέλες επαναλαμβάνονται και αυτό δεν πρόκειται να αλλάξει , τουλάχιστον στο εγγύς μέλλον , αφού και οι καινούργιες λιανεμπορικές αλυσίδες που θέλουν να μπουν στην αγορά θέλουν να έχουν παρουσία σε αυτές. Έτσι , η αγορά διαμορφώνει υψηλά επίπεδα τιμών τα οποία δεν είναι αποτέλεσμα τόσο της οικονομικής μεγέθυνσης όσο της ανεπάρκειας ζήτησης.» , επισήμανε οικονομικός αναλυτής ο οποίος δεν απέκλειε το γεγονός ότι οι αμέσως επόμενες κινήσεις των θεσμικών επενδυτών να είναι προσανατολισμένες στην ανάπτυξη εμπορικών χώρων.