



Με δύο ταχύτητες τρέχουν τα εμπορικά κέντρα. Τα εμπορικά κέντρα τα πρώτης γενιάς δηλαδή εκείνα που ολοκληρώθηκαν μέχρι το 2000 έχουν πληγεί απο την κρίση με αποτέλεσμα να αντιμετωπίζουν προβλήματα με τα ενοίκια τα οποία έχουν καταγράψει σημαντικές μειώσεις . Αντίθετα στα μεταγενέστερα οι μισθωτικές αξίες δεν έχουν επηρεαστεί τόσο πολύ.

Στην πρώτη κατηγορία είναι: -η «ΤΕΡΨΙΘΕΑ», το «ΚΕΝΤΡΟ», και το «ΡΟΛΟΪ» στον Πειραιά, το «ΜΕΛΑΘΡΟΝ» στο Κολωνάκι, το «ΕΡΜΕΙΟΝ» στην Πλάκα και το «ATHENS MILLENNIUM» στο Παγκράτι.

Στα εμπορικά κέντρα δεύτερης γενεάς περιλαμβάνονται η «ΑΙΓΛΗ» στην Κηφισιά, η «GALLERIA ΚΟΡΑΗ» στο κέντρο, το «MEDITERRANEAN COSMOS» στην Θεσσαλονίκη, το οποίο πουλήθηκε το 2010 τόσο από τη SONAE SIERRA όσο και από τον Όμιλο Χαραγκιώνη στη ΛΑΜΔΑ που κατείχε πλειοψηφικό πακέτο, και το «ATHENIAN CAPITOL» στην Πατησίων, Ιουλιανού και Γ' Σεπτεμβρίου. Τα κέντρα δεύτερης γενεάς έχουν αναπτυξιακή πορεία με χαμηλότερες ή μηδενικές μειώσεις μισθωμάτων σε σύγκριση με τις παραδοσιακές αγορές.

Πάντως αναλυτές επισημαίνουν ότι η Ελλάδα υποεξοπλισμένη σε εμπορικά κέντρα. Σχετικά με την Ευρώπη ο πιο δόκιμος δείκτης είναι η επιφάνεια εμπορικών κέντρων ανά χίλιους κατοίκους που ο μέσος όρος της είναι 170τ.μ./1.000 κατοίκους ενώ για την Ελλάδα μετά τα τελευταία ανοίγματα των Capitol, Metro Mall και River West είναι μόλις 66 τ.μ./1.000 κατοίκους.