

Η μεγαλύτερη ανατροπή στα δεδομένα της αγοράς εμπορικών καταστημάτων κυοφορούνται στην αγορά. Σύμφωνα με τις απόψεις κορυφαίων αναλυτών οι ανατροπές αυτές έχουν τρεις όψεις. Η πρώτη όψη αφορά στην συρρίκνωση της αγοράς σε επιχειρήσεις μικρού και μεσαίου επιπέδου κυρίως μέσω της υποβάθμισης των τοπικών και των υπερτοπικών αγορών στις οποίες δραστηριοποιούνται . Αξιοπιστες πληροφορίες φέρουν στην περιοχή του ευρύτερου κλεντρου της πρωτεύουσας ο δείκτης διαθεσιμότητας (δηλαδή το ποσοτό των κενω΄ν καταστημάτων στο συνολικό αριθμό του δείγματος) επιδεινώθηκε το τελευταίο εξάμηνο κατά 2 ποσοστιαίες μονάδες . Η δεύτερη όψη αφορά στην λειτουργια των εμπορικών κέντρων τα οποία έχουν ήδη αρχίσει να συγκεντρώνουν ένα αξιοσέβαστο ποσοστό της ζήτησης (το μεγαλύτερο προέρχεται από τις γειτονικές τοπικές αγορές και το μικρότερο από τις υπερτοπικές που λειτουργούν σε περιοχές με εύκολη πρόσβαση). Η τρίτη όψη εντοπίζεται στην προσπάθεια ανάπτυξης μικρών καθετοποιημένων κτιρίων καταστημάτων που βρίσκονται είτε σε σημεία υψηλής εμπορικής προβολής σε περιοχές που χαρακτηρίζονται ως «κορυφαίες αγορές» όπως για παράδειγμα το κέντρο της Αθήνας (νότιος τομέας της Ερμού κ.α.) , η Γλυφάδα κλπ. Ουσιαστικά οι αναπτύξεις αυτές γίνονται είτε σε περιοχές με ελάχιστη διαθεσιμότητα γης γεγονός που αποκλείει την ανάπτυξη μεγάλων εμπορικών κέντρων είτε σε περιοχές όπου εκτιμάται ότι οι προγραμματισμένες παρεμβάσεις θα τις αναδείξουν σε προορισμούς υψηλής επισκεψιμότητας παράμετρος που κρίνεται ως απαραίτητη προκειμένου να δημιουργηθούν εμπορικές πιάτσες. Αξιόπιστες πληροφορίες φέρουν ότι ήδη επιχειρηματικοί όμιλοι έχουν ξεκινήσει την «κούρσα» για την δημιουργία πορτοφολιού ακινήτων