Αλλάζει η εμπορική χωροταξία της εμπορικής αγοράς της Αθήνας καθώς , η άνοδος της εγκληματικότητας σε περιοχές πέριξ παραδοσιακών εμπορικών δρόμων έχει ως αποτέλεσμα όχι μόνο την απαξίωση αγορών αλλά και την συγκέντρωση του ενδιαφέροντος σε συγκεκριμένους δρόμους –κλειδιά της πόλης που όμως η παρουσία των εμπορικών αλυσίδων είναι κυρίαρχη.

Ήδη τα πρώτα σημάδια των αλλαγών αυτών είναι έκδηλα στην εμπορική αγορά του κέντρου της πρωτεύουσας, όπου οι μεγάλες εμπορικές αλυσίδες ελέγχουν τουλάχιστον το 70% των διαθέσιμων εμπορικών χώρων (εμβαδόν) με τάσεις το ποσοστό αυτό την επόμενη τριετία να ξεπεράσει το 85%. Αυτή είναι όμως η μία όψη του νομίσματος αφού η άλλη όψη είναι η απαξίωση των αγορών μέσω της ανεξέλεγκτης εγκληματικότητα και φυσικά της συρρίκνωσης της ζήτησης λόγω κρίσης.

Τυπικό παράδειγμα είναι οι παραδοσιακές εμπορικές πιάτσες της Αιόλου, της Αγ. Μάρκου , της Πραξιτέλους και της Δραγατσανίου αλλά και της Ακαδημίας. Οι ανθούσες αυτές εμπορικές αγορές , αδιάφορες σήμερα για τις μεγάλες αλυσίδες, μέχρι και πριν από πέντε χρόνια διατηρούσαν ένα μεγάλο μέρος της εμπορικής τους αίγλης καθώς απευθύνονταν σε παραδοσιακό κοινό. Σήμερα, το 50% των εμπορικών επιχειρήσεων που λειτουργούσαν πριν από πέντε εκεί έχει αναστείλει την λειτουργία του, ενώ και οι υπάρχουσες επιχειρήσεις συρρικνώνονται ανήμπορες να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις ενός διμέτωπου αγώνα(εγκληματικότητα και ύφεση). Το αποτέλεσμα; Να δημιουργείται ένα απόθεμα αδιάθετων χώρων , το οποίο μελλοντικά θα φιλοξενήσει άλλες εμπορικές επιχειρήσεις ενώ ταυτόχρονα , οι αλλαγές χρήσης να ωθούν ολόκληρη την περιοχή να απολέσει τα εμπορικά της χαρακτηριστικά . Έτσι λοιπόν αναγκαστικά η εμπορική ζήτηση θα στραφεί στις ακριβές πιάτσες στις οποίες ήδη οι μεγάλες αλυσίδες έχουν αποκτήσει κυρίαρχη θέση. Αυτό που συμβαίνει σήμερα στο κέντρο της Αθήνας είναι κάτι που ούτε και ο πιο ευφάνταστος σεναριογράφος θα μπορούσε να φανταστεί .

Ο συνδυασμός, οικονομική κρίση και εγκληματικότητα , οδηγεί με μαθηματική ακρίβεια στην περαιτέρω ενίσχυση των μεγάλων –ελλήνων και ξένων του εμπορίου- είτε εξαφανίζοντας ολοκληρωτικά είτε ωθώντας κάθε πιθανό έλληνα ανταγωνιστή τους σε μία ιδιότυπη εμπορική εξορία. Το παράδειγμα της Δραγατσανίου είναι μία μικρογραφία του παιγνιδιού που παίζεται αυτή την στιγμή. Τα τελευταία χρόνια εκτοπίστηκαν από τις αλυσίδες ηλεκτρικών ειδών όλοι οι μικρομεσαίοι έλληνες ανταγωνιστές, ακόμα και αυτοί που άντεχαν δεν μπόρεσαν να επιβιώσουν σε ένα περιβάλλον που χαρακτηρίζονταν από τα ναρκωτικά

και την επαιτεία. Τώρα, ο επόμενος στόχος είναι οι ελληνικές αλυσίδες του κλάδου που έχουν παρουσία εκεί ώστε να σβήσει η συγκεκριμένη πιάτσα από τον εμπορικό χάρτη της πόλης και να μεταφερθεί σε μεγάλους χώρους στην περιφέρεια. Τι σημαίνει αυτό ; πολύ απλά μειώνεται το δίκτυο και περιορίζεται το εργατικό κόστος. Το μοντέλο αυτό , μπορεί να το δει και στην περίπτωση της αγοράς παιδικού ρούχου που άνθιζε στην Αιόλου , αλλά και στην αγορά αξεσουάρ με δεκάδες επιχειρήσεις να δραστηριοποιούνται στην Αγ. Μάρκου και τις παρόδους της.

Φαίνεται ότι το πραγματικό παιγνίδι που σήμερα παίζεται στο κέντρο της Αθήνας δεν είναι τόσο τα κέρδη μέσω των προγραμμάτων αναπλάσεων αλλά η εμπορική συγκέντρωση σε τρείς ή τέσσερεις πιάτσες όλου του λιανικού εμπορίου της πόλης.