



Η ζήτηση νέων σημείων από τις εταιρείες είναι στενά συνδεδεμένη και με το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών, γι' αυτό και η συγκεκριμένη αγορά ήταν αυτή, που χτυπήθηκε ιδιαίτερα από την κρίση. Το 2015 μεγάλες εταιρείες λιανικής, φαίνεται να έχουν εκμεταλλευτεί τις ιστορικά χαμηλές τιμές στους κεντρικούς εμπορικούς δρόμους. Οι τιμές έχουν σταθεροποιηθεί, τα κενά καταστήματα έχουν μειωθεί και η απορρόφηση κενών χώρων έχει αυξηθεί. Συνοπτικά, ενώ υπήρχε μια μεγάλη έμφαση στις τοπικές και στις δευτερογενείς αγορές λιανικής, τα τελευταία χρόνια, αυτό έχει αρχίζει να εξαφανίζεται. Οι αγορές λιανικής, όπως η Νέα Σμύρνη και το Χαλάνδρι, εξακολουθούν να έχουν χαμηλά ποσοστά κενών χώρων σε κεντρικούς τους δρόμους, αλλά τώρα οι πρωτογενείς αγορές αυξήθηκαν σημαντικά, κυρίως με την έννοια των κενών καταστημάτων, τα οποία έχουν περιοριστεί. Έχουν γίνει σημαντικές μισθώσεις σε υψηλότερες τιμές σε δρόμους σαν την Ερμού, αλλά και σε άλλες κύριες αγορές. Σε ό,τι αφορά τη Θεσσαλονίκη, τα μισθώματα των καταστημάτων κατά τη διάρκεια του 2015 παρέμειναν σταθερά. Παράλληλα έχει μειωθεί σημαντικά η διαθεσιμότητα στις εμπορικές οδούς της πόλης. Η αγορά των εμπορικών κέντρων συνεχίζει να ανθιστάται παρά την κρίση. Εμπορικά κέντρα, όπως το THE MALL, το GOLDEN HALL και το ATHENS METRO MALL κατέγραψαν την αλλαγή στις καταναλωτικές συνήθειες των Ελλήνων, κρατώντας τις πληρότητές τους και την επισκεψιμότητά τους σε υψηλά επίπεδα, ενώ και μικρότερα, όπως το RIVER WEST, συνεχίζουν τη σταθερά ανοδική πορεία. Δεν είναι τυχαίο, πως κατά διαστήματα υπάρχουν έντονες φήμες για την εξαγορά μεγάλων εμπορικών κέντρων στην Ελλάδα. Τα εμπορικά ακίνητα, ως επενδυτικό προϊόν, παραμένουν δημοφιλή, με τις αποδόσεις για τα καταστήματα στις κύριες αγορές να παραμένουν γύρω στο 8% και για τα υπόλοιπα σημεία να κυμαίνονται περί το 9%.