

GİRİŞİM



ABD'LİLER
ORTAK
ARİYOR

Garanti
Katkılarıyla



HAYDAR SANCAĞ,
ETHEM SANCAĞ İLE
AYRILIKLARI İÇİN
İLK KEZ KONUŞTU

BORSA

FAİZ VE KUR
DALGALARI,
BİLANÇOLARI
NASIL ETKİLİYOR?

ekonomist.com.tr

7 - 13 Temmuz 2013 Yıl 23 152273 Sayı 2013/27 4₺

K.K.T.C. fiyatı 5₺

Ekonomist

PERAKENDENİN

YENİ CADDELERİ

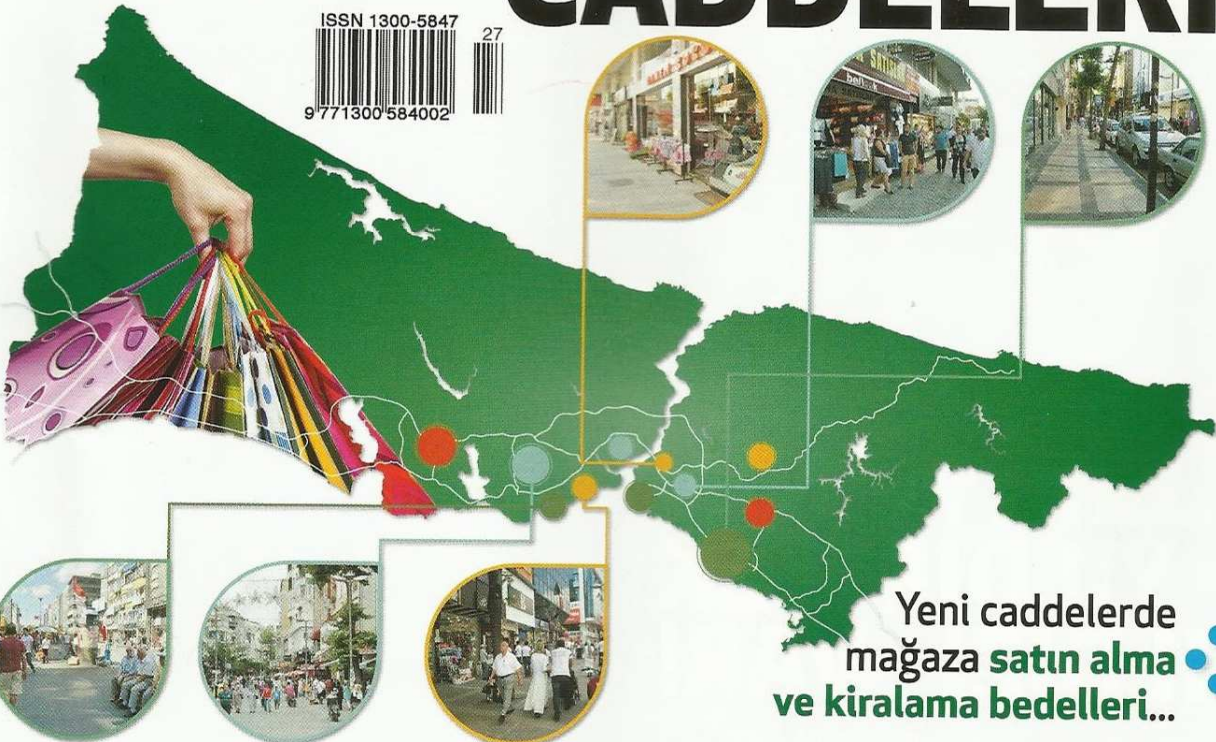
İstanbul'un birçok
semtinde, İstiklal'i
aratmayan caddeler
oluşmaya başladı...

Dev markaların
mağaza açma
yarışına girdiği
caddeler nerede?

ISSN 1300-5847



27



Yeni caddelerde
mağaza **satın alma**
ve **kiralama bedelleri...**

DOSYA : ÜNİVERSİTE SEÇİMİ İÇİN ÖZEL BİR ARAŞTIRMA

İCRA KURULU BAŞKANI Mehmet Y. Yılmaz
YAYIN DİREKTÖRÜ M. Rauf Ateş
YAYIN YÖNETMENİ Talat Yeşiloğlu
YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ (Sorumlu) Asım Aslan
HABER MÜDÜRÜ Mustafa Kemal Çolak
ARAŞTIRMA MÜDÜRÜ Orhan Karaca
GÖRSEL YÖNETMEN Özcan Çayçoşar

EDİTÖRLER

BORSA - FİNANS Talip Yılmaz

MEDYA Fatoş Bozkuş

DIŞ HABERLER Emrah Gürkan

HABER MERKEZİ Levent Gökmen,
Özlem Bay, Gözde Yeniova, Burcu Tuvay,
Mustafa Gündoğdu, Kıvanç Özvardar, Sibel Atik,
Ayşegül Sakarya Pehlivan

MARKA MÜDÜRÜ Pınar Aşçıoğlu Gürus

SAYFA UYGULAMA Fatih K. Tural, Erdal Şahin

GRAFİK Yaman Tetik

FOTOĞRAFLAR Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi

ARŞİV Nihal Yörükcü

ANKARA TEMSİLCİSİ Erdal İpekeşen

Tel: 0 312 207 00 71-207 00 95

ekonomist@doganburda.com

YÖNETİM

GENEL YAYIN KOORDİNATÖRÜ Yeşim Denizel

PROJELER DİREKTÖRÜ

(TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ) Ferit Özkaşıkçı

SATIŞ DİREKTÖRÜ Orhan Taşkın

FİNANS DİREKTÖRÜ Didem Kurucu

ÜRETİM DİREKTÖRÜ Servet Kavasoğlu

REKLAM

GRUP BAŞKANI Viki Habib

GRUP BAŞKAN YARDIMCISI Nil Ertan Aydemir

SATIŞ MÜDÜRÜ Filiz Kavak - Seda Uğur Kesici

Selin Uğur - Tuğçe Umay - Ayça Özdem

Yonca Gönen

Tel: 0 212 336 53 60 (3 hat)

Faks: 0 212 336 53 90

REZERVASYON

Tel: 0 212 336 53 00 / 57 / 59

Faks: 0 212 336 53 92 / 93

ANKARA REKLAM BÖLGE TEMSİLCİSİ

Sezinur Balıkcıoğlu

Tel: 0 312 207 00 72 / 73

HEDEF SAYFALAR

Tel: 0 212 336 53 70

Faks: 0 212 336 53 91

YÖNETİM YERİ

Trump Towers Kule 2, Kat 21 - 24

34387 Şişli İstanbul

Tel: 0 212 410 32 56

Faks: 0 212 410 32 55

BASKI

Doğan Ofset Matbaacılık ve Yayıncılık AŞ

Sanayi Mahallesi 1650.Sokak No:2

Doğan Medya Tesisleri Esenyurt/İstanbul

Tel: 0 212 622 19 00

DAĞITIM

Yaysat AŞ 0 212 622 22 22

YAYIN TÜRÜ Yerel, süreli, haftalık

FİPP

Oyescidir.

© Ekonomist Dergisi Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş. tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Ekonomist Dergisi'nin isim ve yayın hakkı Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB OKUR HİZMETLERİ HATTI 0 212 478 0 300

okurhizmetleri@doganburda.com

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI

Tel: (0 212) 478 0 300 Faks: (0 212) 410 35 12-13

abone@doganburda.com

www.doganburda.com

Pazar hariç hergün saat 08.00-20.00 arasında hizmet verilmektedir.

EDİTÖR



Cadde kültürü

'Çarşı' kültürü, 1990'lara kadar sadece toplumun ekonomik ihtiyaçlarını karşılamıyor, sosyalleşmesini de sağlıyordu. Ardından modern AVM'ler yavaş yavaş bu kültürü geri plana itmeye başladı. Özellikle de son 10 yılda sadece İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya gibi büyük illerimizde değil, Türkiye'nin her tarafında AVM kültürü yaygınlık kazandı.

Hakkını teslim edelim, ne kadar başarısız örnekler de olsa, AVM'lerin yaygınlık kazanması, Türkiye'de perakende sektörüne büyük bir ivme kazandırmıştır. Giyim, teknoloji ve gıda perakendeciliği, AVM'ler sayesinde ciddi bir atak yaptı.

Franchise sektöründe özellikle yerli kuruluşlar, bu AVM'ler sayesinde Türkiye'nin dört bir tarafına yayılan zincirler yaratabildiler. AVM'lerin son yıllarda istihdama en büyük katkı sağlayan ekosistemler olduğunu kim inkar edebilir. Üstelik, bunların ekonominin kayıt altına alınma sürecine katkısını da hesap etmek gerekiyor.

Fakat, 'Çarşı' kültürünün en önemli aktörleri olan caddeler, bu yarışta hiç geri kalmadı. İstanbul, Ankara, İzmir'de dev AVM'ler, forumlar yapılırsa da ana caddeler de ayakta kaldı!

İstiklal Caddesi, 24 saat boyunca canlılığını koruyan özelliğini hiç kaybetmedi. Nişantaşı'nda Teşvikiye, Abdi İpekçi gibi caddeler, Ankara'da Tunalı Hilmi, İzmir'de Kibris Şehitleri Caddesi, bu caddelere açılan sokaklar, adeta marka mağaza ve yiyecek/içecek mekanlarının istilası altında. Kira bedelleri dudak uçuklatırsa da, ilgi kaybolmuyor. Anadolu Yakası'nda Bağdat Caddesi, Kadıköy'de Bahariye gibi caddelerde boş dükkan neredeyse bulunmaz. El değiştirenler bile ancak açıldığında fark ediliyor!

Üstelik, bildik caddelerle sınırlı değil bu ilgi. Bakırköy, Ümraniye semtleri eski olabilir, 'Çarşı' kültürünü koruyan yerler olsa da ana caddelerine ilgi sürekli olarak artıyor. Ayşegül'ün hazırladığı kapak haberinde okuyacağınız gibi üstelik, bunlara yenileri ekleniyor. Örneğin Beylikdüzü, Çekmeköy... Kiralar ateş pahası. Ama bildiğimiz markalar, bu caddelerde yer almak için yarışıyor.

Girişimciler, marka temsilcileri, yeni caddelerin artan iş hacminden, satışlarından mutlu. Yerel yönetimler de öyle. Belediyeler, cadde kültürünü daha da canlandırmak için kaldırımlarını, otopark olanaklarını genişletiyor. Sanırım bu gidişle, yıllardan beri tartıştığımız, esnafı koruma amaçlı olduğu savunulan AVM yasa tasarsına gerek kalmayacak.

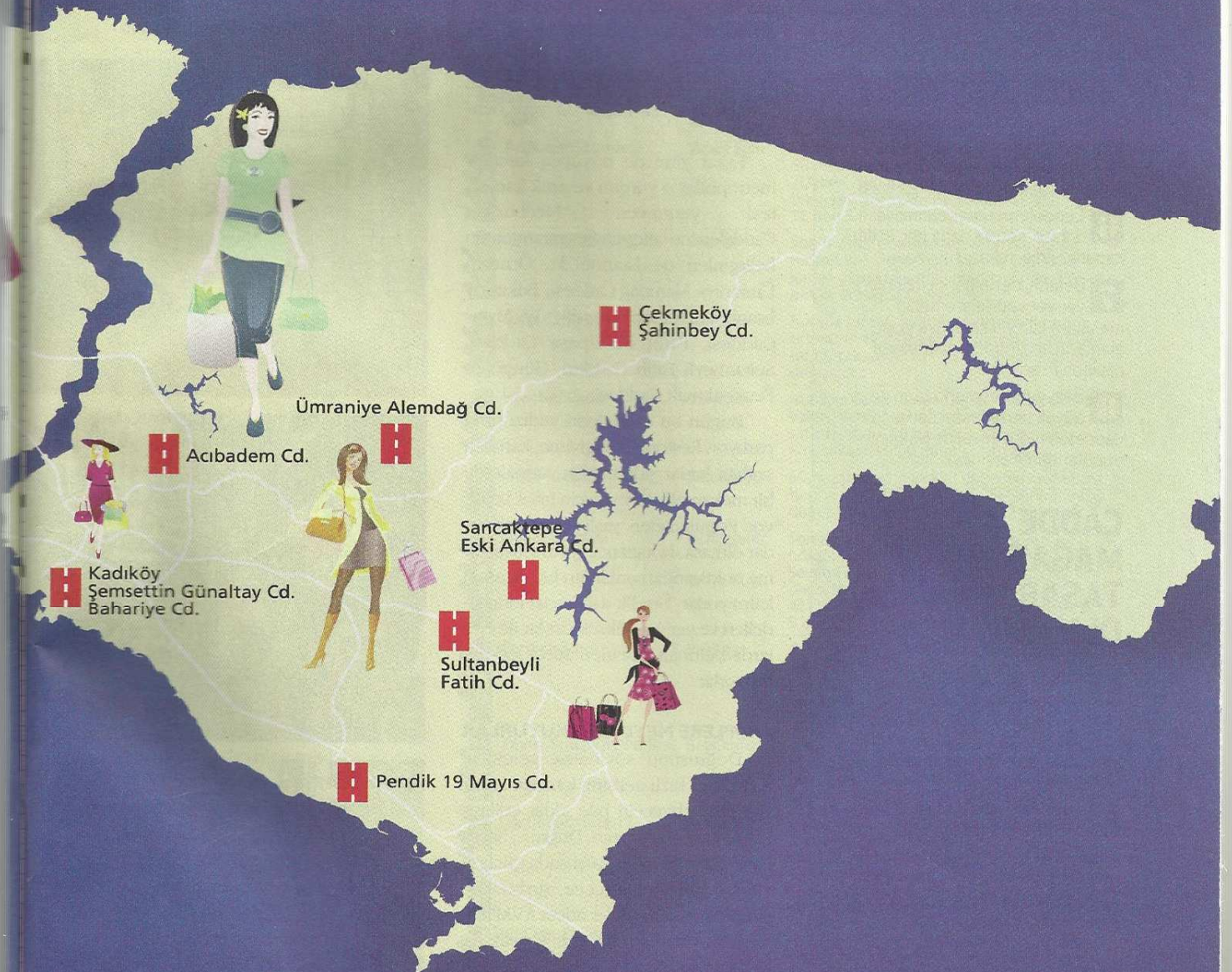
Mutlu bir hafta dileklerimizle...

T. A. M.
tyesil@ekonomist.com.tr



AVM'LERİ KISKANDIRAN CADDELER

AVM'lerin büyüsünden kurtulan tüketiciler yavaş yavaş caddelere dönmeye başladı. Özellikle İstanbul başta olmak üzere Ankara ve İzmir'in 'mecburiyet' caddeleri bu dönüşü karşılamaya yetmiyor. Bu nedenle uzak semtlerde yeni 'İstiklal'ler, 'Tunalı Hilmi'ler doğuyor. Üstelik bu caddeler hem işletmecilere ve hem de tüketiciye birçok avantaj sunuyor. İşletmeci daha geniş mekanları daha ucuz kiralarla bulabiliyor. Vitrinde daha yaratıcı davranabiliyor. Tüketici evine yakın bu caddeleri keşfettikçe, rotayı yavaş yavaş buralara kıvrarak, semtinin caddesinin popüleritesini artırıyor.



KAPAK KONUSU

CADDELERİ CAZİP KILAN 8 NEDEN

- 1 Son dönemde açık alanda, ferah bir ortamda alışveriş yapmayı tercih eden tüketiciler caddelere yönelmeye başladı.
- 2 Perakendeciler cirodan kâr payı vermek yerine sabit bir kira vermeyi tercih ediyor.
- 3 Perakendeciler caddelerde vitrin tasarımı, koleksiyon gibi konularda daha özgür davranabiliyor.
- 4 AVM'lerdeki ortak gider kavramı pek çok perakendeciyi rahatsız etmeye başladı.
- 5 AVM'lerde mağaza için ürün satışının dahi kimi kurallara ve sınırlamalara bağlı olması şartı.
- 6 Caddelerin perakendeciye daha erken ve daha geç açılıp kapanabilme imkanı tanınması.
- 7 Belediyelerin park çözümleri, yer yer caddelere taşan masalara izin verilmesi ve yeşil alanların artırılması caddelerin cazibesini artırıyor.
- 8 Bazı yabancı markaların ve büyük perakendecilerin caddelere yönelmesiyle bölgenin popülerliğinin artması.

CADDE MAĞAZASINDA TASARIM NASIL OLMALI?

- 1 Cadde mağazasında perakendeci yalnızdır. Bu nedenle vurucu detaylar olmalı, sokağın akış yönü, yürüyüş yolu gibi her ince detayı düşünerek tasarım yapılmalı.
- 2 Aydınlatmada cadde mağazalarında doğal gün ışığı dikkate alınmalı.
- 3 Caddede uzak mesafelerden, kimi zaman karşı kaldırımdan dahi algılanabilecek ve ilgi çekecek etmenler kullanmak gerekiyor.
- 4 Zemin seçiminde dikkatli olunmalı. Her tür hava koşulunda, dışarıdan direkt müşteri alınacağı için güvenlik, temizlik gibi her detayı önemsenmeli.

Küçük ya da büyük her yerleşim biriminin en popüler caddesi vardır. Bu caddelere espri ile karışık "Mecburiyet Caddesi" denir. Sosyal ve ticari piyasa bu caddededir. Yemek yemek için oraya gidersiniz. Birileriyle buluşmak için orada randevulaşırsınız. Alışverişin adresi oralarıdır.

Büyük kentlerin yorgun "Mecburiyet Caddeleri" olsa da hiçbir zaman popüleriteleri bitmez. Örneğin İstanbul'da İstiklal Caddesi öyle bir yerdir. Kim Bağdat Caddesi'ni başka bir caddeye değiştir. Ankara'da bir Tunalı Hilmi vardır örneğin, yılların Tunalı Hilmi'sidir orası, başka bir yere benzetmez.

Fakat yine de büyüyen kentler-metropoller o yorgun ve artık kapasitesi yetmeyen "Mecburiyet Caddeleri"ne alternatifler yaratıyor. En belirginleri de İstanbul'da. Örneğin Ümraniye Alemdağ Caddesi, Bakırköy İstanbul Caddesi, Pendik 19 Mayıs Caddesi, Fatih Fevzipaşa Caddesi, Sultanbeyli Fatih Caddesi, Güngören Fevziçakmak Caddesi...

Bugün bu caddelerin yıldızı hızla parlıyor. Restorandan giyime, kafeden sağlığa kadar şirketler bu caddelerde bir mekan oluşturmak için fırsat kolluyor. Popüleriteleri 'yaşlı ağabeyleri' kadar olmasa da kazancın yeni adresi olma noktasından onlardan hiç de aşağı kalmıyorlar. Üstelik daha ucuz kira bedelleri ve yer yer yüksek cirolar ile oralarda bulunan zincirleri adeta kıskandırıyorlar.

AVM'LERE MEYDAN OKUYURLAR

Doğrusunu söylemek gerekirse AVM'lerin hızlı gelişimi karşısında yavaş yavaş biteceği bile iddia edilmiş cadde mağazacılığının. Doğru... Sayısı hızla artan AVM'ler karşısında gücünü yitirmiş gibi görünseler de, işte bu ikinci jenerasyon caddeler adeta AVM'lere meydan okumaya başladı. Üstelik bu kez sayıları daha fazla, alt yapıları hazır ve eskisinden çok daha iddialı geliyorlar.

Ekonomist Dergisi olarak sık sık sayfalarımızda AVM'lerin büyüme trendi ve perakende sektörüne katkılarına

ilişkin haberlere yer veriyoruz. AVM'lerin sektöre katkısını yadsımak mümkün değil. Ancak son dönemde gerek tüketici, gerekse perakendeci beklentilerinde ve eğilimlerinde değişimler söz konusu. Tüketiciler artık daha ferah ortamlarda alışveriş yapmak istiyor. Hatta AVM'lerde bu trende uygun olarak son dönemde tam veya yarı açık konseptli olarak tasarlanmaya başladı.

CADDELERE AKIN VAR

Aslında AVM'leri bu konseptte zor-

Gaziosmanpaşa



Pendik



Bakırköy



layan neden tüketicinin giderek daha çok cadde alışverişine kayması. Özellikle rahat, güvenli, sosyal donatı alanları da olan caddelerdeki mağazaları tekrar perakendecilerin gündemine girdi.

Beyoğlu, Nişantaşı ve Bağdat Caddesi gibi popüler caddelerde fiyatların uçuk olması da perakendecileri ikincil caddelere ve yeni kurulan semtlerdeki caddelere yönlendirdi. Beşiktaş, Bakırköy, Kadıköy gibi eski caddeler popülerliğini artırırken, Çekmeköy, Beylikdüzü gibi yeni gelişen semtlerde cazibe noktaları oluşmaya başladı.

Özellikle son dönemde Mango, Koton gibi zincir markaların arayışlarını alışveriş merkezlerinden caddelere çevirmesi de çarpan etkisi yarattı. Talep artışının zaman zaman spekülasyonları da gündeme getirdiğini söyleyen Eva Gayrimenkul Değerleme Departmanı Yöneticisi Natali Dergazaroğlu, bu markaların büyük alan ihtiyacı da göz önüne alındığında talep gören bölgelerde değer artışı olduğunu söylüyor. Örneğin Koton Beşiktaş'ta büyük bir mağaza açarken, Mango'nun da benzer girişimleri olduğu biliniyor.

NEDEN CADDELER?

Cadde mağazacılığına ilginin pek çok sebebi var. Girişimci ağırlıklı olarak kışın hareketin görüldüğü AVM konseptinde kalmaktansa yoğunluğu sürekli olan caddeyi tercih ediyor. Cirodan kâr payı vermek yerine sabit bir kira vermeyi tercih eden markalar neredeyse iç işleyişine müdahale edecek bir AVM konseptinde bulunmayı tercih ediyor. AVM'lerde satılan ürün gamı için bile yönetimin onayını almak gerektiğini söyleyen Altın Emlak Genel Müdürü Hakan Erilkun, üstelik cadde konseptinde yürüyüş mesafesinde keyifli ve geniş bir konsepti müşteriye sunabilmenin avantajlı olduğunu belirtiyor.

Caddeyi tercih eden tüketici sayısının eskiye göre arttığını söyleyen Twiggy Yönetim Kurulu Başkanı Sinan Öncel, "Cadde mağazaları Türk pera-

kendeci açısından daha etkili. Cadde mağazalarının tabela değeri, araç trafiği ve görünürlüğü açısından da AVM'lerden daha fazla" diyor.

Caddelerin ciro açısından tatmin edici olduğunu söyleyen Gusto'nun Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Metehan Mete artık tüketicilerin oturduğu yere en yakın noktadan alışveriş yaptığına dikkat çekerek şöyle devam ediyor:

"İstanbul çok yoğun trafiği olan bir kent dolayısıyla alışverişe gitmek için

trafikte zaman harcamak yerine yerleşim bölgesine en yakın cadde ya da AVM'ye gitmeyi tercih ediyorlar."

MODA TRENDLERİ HIZLI

Türkiye genelinde 37 şubesi bulunan Civil Çocuk da caddelerde büyümeyi tercih eden markalardan biri. Büyüme planları doğrultusunda 16 mağaza açmayı planlayan şirket, Pendik 19 Mayıs Caddesi, Fatih Fevzipaşa Caddesi, Sultanbeyli Fatih Caddesi, Güngören Fevziçakmak

İşte İstanbul'un yeni İstiklal ve Bağdat caddeleri

Cadde	Semt	Kurum ve mağaza kiralari
 Acıbadem Caddesi	Acıbadem	Metro ve metrobüs arasında kalan bölgede 50 metrekarelik bir mağazada kira 4 - 5 bin TL'ye, 120 metrekarenin üzerinde 15 bin lirayı geçiyor. Satış rakamları ise 850 bin TL'den 3.5 milyon dolara kadar çıkıyor.
 Reşitpaşa Caddesi	Avcılar	Son 4 yıldır popülaritesi artan caddede metrekare birim fiyatı kirada 150 TL'ye kadar çıkarken satılık mağazalarda 15 - 18 bin TL arasında seyrediyor.
 Çarşı Caddesi	Bağcılar	Burada kiralık fiyatları metrekare başına ortalama 17 - 18 dolar civarında. Satılıkta ise bu rakamlar 10 - 16 bin dolar arasında değişiyor.
 İstanbul Caddesi	Bakırköy	İstanbul Caddesi'nde Özgürlük Meydanı'na yakın olan bölgelerde metrekare başına satış fiyatı 8 - 10 bin dolara kadar çıkarken kira rakamları 50 dolar civarında.
 İncirli Caddesi	Bakırköy	Mağazalar için aylık kira değerleri metrekare başına 50 - 170 TL arasında değişirken, satış değerleri 10 bin - 32 bin TL/m2 arasında.
 Şelale Caddesi	Bahçeşehir	Son dönemin en hızlı gelişen konut bölgelerinden biri olan Bahçeşehir'deki Şelale Caddesi'nde mağazalar için aylık kira değerleri metrekare başına 40 - 50 TL arasında değişirken, satış değerleri 5 bin 500 - 20 bin TL/m2 arasında.
 Çarşı Caddesi	Beşiktaş	Aylık kira değerleri metrekare başına 250 - 300 TL seviyelerinden başlayıp 1.000 TL'ye kadar çıkabiliyor. Satış değerleri metrekare başına 15 bin TL'den başlayıp 100 bin TL'ye kadar çıkıyor.
 Yavuz Sultan Selim Bul.	Beylikdüzü	Bölgede satılık dükkanlarda metrekare fiyatı 10 bin TL'den başlayıp 16 bin TL'ye kadar çıkabiliyor. Kiralık fiyatları ise metrekare başına 150 TL civarında seyrediyor.
 Osmanlı Caddesi	Beylikdüzü	Bu caddenin bir alt kısmında bulunan Osmanlı Caddesi'nde ise metrekare fiyatları satılıkta minimum 6 bin TL'den başlıyor. Kiralık dükkan fiyatları ise (40 metrekare büyüklüğünde bir dükkan için) minimum 2 bin TL civarında.
 Ali Çebi Caddesi	Beylikdüzü	Mağazalar için aylık kira değerleri metrekare başına 20 - 60 TL arasında değişirken, satış değerleri 3 bin 500 - 10 bin TL arasında seyrediyor.
 Şahinbey Caddesi	Çekmeköy	İstanbul'un yeni gelişen bölgelerinden biri olan Çekmeköy'de mağazalar için aylık kira değerleri metrekare başına 15 - 60 TL arasında değişirken, satış değerleri 2 bin 500 - 12 bin TL arasında.

KAPAK KONUSU



YALÇIN AYAYDIN
İpeköl Yönetim Kurulu Başkanı

"Caddeler gündemimizde"

"Alışveriş deneyiminin farklılaşması açısından caddelerin sayısının artması gerektiğine inanıyoruz. Eğer yükselen bir cadde olursa biz de orada yer almak isteriz. Çünkü caddelerin AVM'lere göre daha avantajlı olduğunu biliyoruz."



SUAT SEKMAN
Miss Poem Yönetim Kurulu Başkanı

"Caddelere dönüş var"

"Yaptığımız fizibilite çalışmalarında, sıcak Akdeniz insanı oluşumuzun da büyük etkisiyle cadde mağazalarına bir geri dönüş olduğunu görüyoruz. Hızla değişen moda trendlerinin yansımaları cadde mağazacılığında daha çok dikkat çekiyor."



BARİŞ KARAKULLUKÇU
Mudo Genel Müdürü

"Müşteri kolaylık istiyor"

"Müşteri kolaylık istiyor, ona göre organize olmak zorundasınız. Cadde mağazacılığı önümüzdeki dönemde odaklanmak istediğimiz bir alan. İstanbul, Ankara, İzmir, Bodrum ve Antalya'da yoğun şekilde cadde mağazaları açacağız."



ABDULLAH KAVUKÇU
Simit Sarayı YKB Yürümcüsü ve CEO'su

"Alternatifler ve dinamizm arttı"

"Sektöre yerli yabancı birçok zincir mağazanın dahil olması cadde mağazacılığına dinamizm getiriyor. Öte yandan kentsel dönüşüm ile birlikte yenilenen binalar da marka mağazacılığı için farklı ve daha cazip alternatif mekanlar yaratıyor."



Zeytinburnu



Bakırköy



Çekmeköy

Caddesi'ni yakından takip ediyor.

Cadde mağazacılığının AVM işletme ücretleri ile birlikte oluşan kira bedelinden daha düşük maliyetlerinin olduğuna dikkat çeken Civil Çocuk Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Yıldırım, büyük, ferah mağazalarda geniş bir ürün gamıyla hizmet verebildiklerini söylüyor.

Yaptırdıkları fizibilite çalışmalarında cadde mağazalarına bir geri dönüş olduğunu ve Şişli, Beşiktaş ve Bakırköy gibi uygun fiyatları caddelere ilginin arttığını söyleyen Miss Poem Yönetim Kurulu Başkanı Suat Sekman, hızla değişen moda trendlerinin yansımalarının cadde mağazacılığında daha çok dikkat çektiğini belirtiyor.

ALT YAPI GELİŞTİ

Yeni gelişen caddelerde geniş kaldırımlar, otopark gibi imkanlar olması ve son yıllarda belediyelerin eski caddelerin alt yapısına yönelik çalışmalar yapması da caddelerin popülerliğini artırdı. Duran Sandwiches Türkiye Master Franchise Sahibi Metin Yelkenci, ıslah edilen kaldırımların, belediyelerin park çözümlerinin, yer yer caddelere taşan masalara izin verilmesinin ve yeşil alanların artırılmasının caddelerin yavaş yavaş hak ettiği cazibe noktaları haline gelmesini sağladığını düşünüyor.

Sadece çevre düzenlemesi değil. Cadde mağazalarının içinde de tasarım değişkenlik gösteriyor.

SKM Projects+'in kurucusu Mimar Hakan Sekmen, cadde mağazalarının kendi dinamikleriyle tasarlanması gerektiğine dikkat çekerek şöyle devam ediyor: "Cadde mağazacılığında kendi başarınızla, salt kendi mağazanızla müşteriyi içeri almanız gerekli. AVM'lere ziyaret amacı yoğunlukla alışveriş ama caddelerde farklı pek çok motivasyonun arasından siz alışverişe yönlendirmek ve mağazanıza müşteri almak durumundasınız. Bu da dekorasyonda, vitrinde farklı detaylar düşünmenizi gerektirir."

Son dönemde verimliliğe odaklanan perakendeciler için kira ciro oranı mağazacılıktaki en önemli kriter haline gelmiş durumda. Elbette kiralar markaya ve caddeye göre değişiklik gösterse de son dönemde birincil caddelere yönelik talebin artmasıyla kiralarda da bir artış olduğunu söylemek mümkün.

Kuzeybatı Gayrimenkul'ün araştırmasına göre 2009 yılında AVM içinde yer alan standart mağaza ile cadde üzeri birincil kira değerleri birbirlerine yakinken, son dönemde tüketicilerin daha çok açık alana yönelmesi caddelere talebin artmasına ve kira değerle-



ALİ MURAT KIZILTAŞ
İnci Deri Yönetim
Kurulu Başkanı

"Belediyeler yönetmeli"

"Caddelerin hakettiği değeri bulması için belediyelerin yönetmesi lazım. Mesela öne çıkan caddelerde bir süre sonra mağazaların büyük bir çoğunluğu gıdaya dönüyor. Buralarda giyim, gıda ve kafe gibi çok alternatifli dengeler iyi sağlanmalı."



CÜNEYT GÜNEŞ
Karaca İcra
Kurulu Başkanı

"Uygulamalara dikkat"

"Son zamanlarda yapılan inanılmaz sayıda konutlardan oluşturulan uydu kentlerdeki caddeler yeni yeni trend olmaya başladı. Buralardaki nüfus yoğunlaşması ve Türkiye'de giderek artan milli gelir, bu caddeleri inanılmaz harekete geçirecektir."



SİNAN ÖNCEL
Twigy Yönetim
Kurulu Başkanı

"Görünürlük daha fazla"

"Caddeyi tercih eden tüketici sayısı eskiye göre arttı. Cadde mağazaları Türk perakendeci açısından daha etkili. Cadde mağazalarının tabela değeri, araç trafiği ve görünürlük açısından da AVM'lerden daha fazla avantajlar içerdiği açık."



MUSTAFA YILDIRAN
Civil Yönetim
Kurulu Başkanı

"Yenilikler bitmiyor"

"Özellikle caddelerde her an yeni heyecan ve yenilikler ile müşteriyi buluşturmak için vitrin dizaynları sezon girişleri beklenmeden artık aylık olarak değiştiriliyor. Sürekli bir yenilik ve dinamizm var cadde mağazacılığında. Bu da caddelere olan ilgiyi artırıyor."

rinde artış yaşanmasına neden oldu.

KÂRLILIK SÜRESİ DAHA KISA

Jones Lang LaSalle'nin 2013 Türkiye Gayrimenkul Pazarı Görünümü Raporu'na göre AVM'lerdeki birincil kira oranları metrekare başına aylık 80 Euro seviyesinde sabit kaldı. Bu rakamı 2013'te de artması beklenmiyor.

Perakende caddelerindeki kiralarda ise sınırlı arza ve hızla artan talebe bağlı olarak artış gösteriyor. Örneğin İstiklal ve Bağdat Caddeleri'nde 2011'de 175 Euro seviyelerinde olan birincil kira 25 Euro artarak metrekare başına aylık 200 Euro'ya ulaştı. Bu artışın perakendeci üzerinde en önemli etkisi ikincil caddelere ilginin artması oldu. Yüksek kiralara ödemek istemeyen perakendeciler kira ciro oranları daha makul seviyelerde bulunan ikincil caddelere yönelmeye başladı.

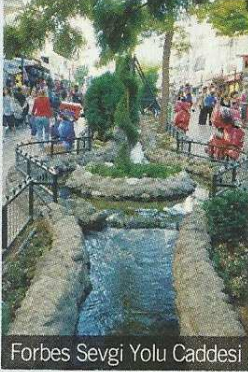
Ayrıca AVM'lerdeki kârlılık süresi cadde mağazalarından daha uzun sürüyor. Mağazanın yeri ve büyüklüğünün, kâra geçiş süresini etkileyen en önemli faktörler olduğunu söyleyen Kigılı CEO'su Hilal Suerdem, "Mağaza işlek bir caddedeysse kâra geçme süresi kısalıyor. Ortalama bir rakam vermek gerekirse mağazalarda kâra geçme süresi 8 ay ile 20 ay arasında değişiyor" diyor.

İşte İstanbul'un yeni İstiklal ve Bağdat caddeleri

	Semt	Kurum ve mağaza kiralari
 Bağlarbaşı	Gaziosmanpaşa	Trafiğe kapalı bölümde metrekare başına aylık kiralık değerleri 22 dolar civarında. Satılıkta ise rakamlar 15 - 16 bin dolar civarında seyrediyor.
 Şemsettin Günaltay Cad.	Kadıköy	691 adet mağazanın bulunduğu bu bölgede ana cadde üzerinde 50 metrekare bir dükkanın minimum kirası 5 bin TL'den başlıyor. Satılıklar için ortalama metrekare satış fiyatı 8 bin dolardan başlıyor.
 Bahariye Caddesi	Kadıköy	Mağazalar için aylık kira değerleri metrekare başına 150 - 400 TL arasında değişirken, satış değerleri metrekare başına 10 bin - 80 bin TL arasında seyrediyor.
 19 Mayıs Caddesi	Pendik	Pendik 19 Mayıs cad: Yenilenme çalışmalarının başladığı 19 Mayıs Caddesi'nde kiralık fiyatlar metrekare başına 100 - 150 TL arasında değişirken, satılık ise 40 - 70 bin TL arasında.
 Eski Ankara Caddesi	Sancaktepe	70 metrekare bir dükkanın ortalama satış fiyatı 1 milyon 500 bin TL'yi buluyor. Aynı nitelikte bir dükkanın kiralama bedeli minimum 10 bin TL civarında.
 Fatih Caddesi	Sultanbeyli	Mağazalar için aylık kira değerleri metrekare başına 10 - 280 TL arasında değişirken, satış değerleri 1.000 - 30 bin TL civarında seyrediyor.
 Halaskargazi Caddesi	Şişli	Eski ve popüler caddelerinden biri olan Halaskargazi'de aylık kira değerleri metrekare başına 70 - 330 TL arasında değişirken, satış değerleri metrekare başına 10 bin - bin TL arasında.
 Alemdağ Caddesi	Ümraniye	Metro çalışmaları nedeniyle bir kısmı kapanan cadde de mağazalar için aylık kira değerleri metrekare başına 50 - 380 TL arasında değişirken, satış değerleri 10 bin - 60 bin TL arasında.
 58. Bulvar	Zeytinburnu	Bölgede ana arterlerde satılık mağaza fiyatları metrekare başına 5 - 6 bin dolar civarında seyrederken kiralık 10 - 12 dolar civarında.

KAPAK KONUSU

Ankara ve İzmir'de yeni caddeler oluşuyor



İstanbul kadar hızlı olmasa da Ankara ve İzmir'de de yeni gelişen caddeler var. İzmir'de Buca'ya bağlı Forbes Sevgi Yolu Caddesi son dönemde perakendecilerin ilgisini çeken lokasyonlardan biri. Şirinyer Seda Pastanesi önünden başlayıp Buca SSK Hastanesi önünde biten 2.5 kilometrelik Forbes Caddesi; oturma grupları, havuz, akan dereler ve gençlerin kültürel etkinlikler yapabileceği mini bir amfi tiyatrosuyla bölgenin eğlence ve dinlenme mekanı haline gelmiş durumda. İzmir Emlak Komisyonerleri Odası Mesut Güleröğlu, bölgede kiralara ortalama bir mağaza için 8-10 bin lira arasında değişirken satış rakamlarının 3 milyon liraya kadar çıktığını söylüyor. Ankara'da ise büyüme potansiyeli taşıyan bölge Söğütözü Çukurambar bölgesi. Plazaların, rezidansların ve ofis projelerinin ağırlıklı olduğu bölge özellikle hizmet sektörünün markajına girmiş durumda. 29 Ekim'de metro açılışının ardından bölgede hızlı bir büyüme beklediklerini söyleyen Kuzeybatı Gayrimenkul'den Burak Ünal, arsa fiyatlarının metrekaresine başına 3-5 bin dolar arasında değiştiğini belirtiyor. Ünal, ayrıca Eskişehir yolu üzerinde açılacak olan İncek Bulvarı'nın da potansiyel bölgeler arasında yer aldığını vurguluyor.

Caddelerdeki bu gelişim yeni iş modellerini gündeme getiriyor. Ata Grubu, iştiraki Ata Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı'yla perakende de yeni bir model başlattı. Anadolu'da meydanlarda ve perakende caddelerinde sokak mağazacılığını hedef alan model çerçevesinde Ata GYO, bölgedeki önemli binaları satın alarak her proje için 3-4 milyon TL'lik yatırımlar yapıp onları yeniliyor. Ardından yenilenmiş binaları perakendecilere kiraya veriyor. Giresun, Adana, Çorlu ve Düzce'nin merkezi caddelerinde yaptırdığı küçük metrekaresel binalarda perakende kiracılarını ağırlamaya başlayan Ata GYO, beş yıl içinde 50 proje hayata geçirmeyi hedefliyor.

ESKİLER AYAĞA KALKIYOR

Son dönemde Kadıköy Şemsettin Günlaltay, Beşiktaş Çarşı gibi eski olup popülerlik kazanan caddelerin yanı sıra Beylikdüzü, Bahçeşehir gibi yeni gelişen caddeler de var. Örneğin son dönemde öne çıkan caddelerden biri Kadıköy Şemsettin Günlaltay Caddesi. Uzun yıllar otomobil galerilerinin tercihi ettiği ve minibüs hattı olarak da bilinen, Tüccarbaşı - Bostancı hattındaki Şemsettin Günlaltay Caddesi gıda ve cafe işletmelerinin ilgi odağında. Gerek araç gerekse yaya trafiğinin yoğun ol-



masından ötürü bu caddede perakende ticaretin arttığını söyleyen Altın Emlak'tan Hakan Erilkun sözlerine şöyle devam ediyor:

"Yoğunlaşmanın bir diğer nedeni de bu caddenin bir aşağı paralelinde bulunan Bağdat Caddesi'ndeki kiralara yüksekliği ve yer bulma güçlüğü. Bağdat Caddesi'nin dudak uçuklatan fiyatlarından kaçan pek çok işletme buraya yakın konumda bulunan ve işlevi itibarıyla dikkate değer özellikleri bulunan Şemsettin Günlaltay Caddesi'ni tercih edebiliyor."

Hızlı gelişen bölgelerden biri olan Beylikdüzü de perakendecilerin dikkatini çeken noktalardan biri. Yavuz Sultan Selim Bulvarı ve Osmanlı Caddesi bölgenin iki önemli noktası. Beykent girişinden başlayıp Gürpınar'a kadar devam eden Yavuz Sultan Selim Caddesi en fazla talep gören bulvar halini aldı.

Gül İnşaat ve Keleşoğlu projelerinin hayata geçirilmesi, caddenin hem park açısından sıkıntısız olması hem de yaya trafiğinin yoğun olması gibi sebeplerden dolayı bulvar, Beylikdüzü'ne gelmek isteyen tüm markaların ilk tercih noktası haline geldi.

METRO ETKİSİ

Sancaktepe'te Eski Ankara Caddesi de Anadolu yakasının gelişen caddelerinden biri. Sangazi'ye otobandan ilk giriş caddesi olan ve Samandıra'ya kadar uzanan Eski Ankara Caddesi, yeniden yapılaşmanın hızlı seyretmesi, Yenidoğan hattının da bu bölgeden geçmesi ve metronun etkisiyle yeni bir şehre kavuşuyor.

Metro çalışmaları nedeniyle bir bölümü yaya ve araç trafiğine kapatılan Ümraniye Alemdağ Caddesi ise popülerliğini yitirmiş değil. Ümraniye'den başlayıp Taşdelen'e kadar uzanan, Ümraniye kesiminde 284 adet mağaza bulunuyor. Erilkun, bu bölgede birbiri ardına inşa edilen konut projelerinin tamamlanması ve A plus nitelikli pek çok projenin yaşama başlamasıyla görülen hareketliliğin Alemdağ Caddesi'nde fiyatların hızlı tırmanışını beraberinde getirdiğini söylüyor.

BELEDİYELER DE ÇALIŞIYOR

Hem tüketicinin hem de perakendecinin talebiyle birlikte son dönemde belediyeler de cadde mağazacılığını geliştirmeye yönelik adımlar atmaya başladı. Örneğin Pendik Belediyesi son dönemin öne çıkan caddelerinden biri olan 19 Mayıs Caddesi'ni altyapısından aydınlatmasına kadar yeniden düzenleyerek daha özgün bir hale getirmek için harekete geçti. Alt yapı ile birlikte çevre düzenlemesinin de yapılacağı caddenin prestijini artırmak için özgün bir tasarım yapılması planlanıyor. Benzer bir çalışma da İzmir Aliaga'da bulunan İzmir Caddesi'nde yapılacak. Aliaga Belediyesi ve Esnaf Sanatkarlar Odası işbirliğinde hazırlanan projeye göre caddenin araç trafiğine kapatılarak gece gündüz kentin simgesi olacak bir alışveriş çarşısına dönüştürülmesi hedefleniyor.