

**GYODER ÇÖZÜM PLATFORMU
SONUÇ BİLDİRGESİ**

 **‘PANDEMİ SONRASINDA NASIL BİR DÜNYA? OFİS VE ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ’**

**GYODER**’in, sektördeki son gelişmeleri değerlendirmek ve mevcut sorunlara çözüm bulmak amacıyla hayata geçirdiği ‘**GYODER Çözüm Platformu**’nun beşinci toplantısı, **Digital Network Alkaş** işbirliği ile ikinci kez online platformda gerçekleştirildi.

**CBRE Türkiye’nin ana sponsorluğu, Endeksa, Apsiyon, Garanti BBVA’nın sponsorlukları ile 7 Ocak 2021 Perşembe günü ‘Pandemi sonrasında nasıl bir dünya? Ofis ve Alışveriş Merkezleri’ başlığı altında düzenlenen toplantının moderatörlüğünü** GYODER Yönetim Kurulu Üyesi, PwC Türkiye Ortağı **Ersun Bayraktaroğlu** yaptı.

Açılış konuşmasını GYODER Başkanı **Mehmet Kalyoncu**’nun yaptığı ‘**Çözüm Platformu**’ toplantısının konuşmacıları, pandemi sürecinde ofis ve AVM’lerde yaşanan değişimi konuştu. Online toplantının konuşmacıları; (konuşma sırasına göre) IPSOS Türkiye CCO’su **Yasemin Özen Gürelli,** Gazi Üniversitesi Tıp Fakültesi Dekanı, Sağlık Bakanlığı Bilim Kurulu Üyesi **Prof. Dr. Mustafa Necmi İlhan**, Migros Ticaret A.Ş. E-Ticaret İş Birimi Direktörü **Orçun Onat,** DeFacto Operasyon ve Genişlemeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı **Serdar Ersoy,** FİBA Commercial Properties Yönetim Kurulu Üyesi ve CEO’su **Yurdaer Kahraman**, GYODER İcra Kurulu Üyesi, Sinpaş GYO Genel Müdürü **Seba Gacemer,** Alkaş Yönetim Kurulu Başkanı, AYD Başkan Yardımcısı **Avi Alkaş,** Pamir&Soyuer Yönetici Ortağı, ULI Türkiye İcra Kurulu Üyesi **Firuz Soyuer**, Avcı Architects Kurucu Ortağı Mimar **Selçuk Avcı**, Yirmibirgram Marka Ajansı Kurucu Ortağı **Onur Yanık,** Gayrimenkul Hukuku Enstitüsü Başkanı Avukat **Ali Yüksel,** Aareal Bank Türkiye Genel Müdürü **Buket Hayretçi** oldu.

**Toplantıda konuşulan konular ve oluşan fikirlerden öne çıkanlar ‘GYODER Çözüm Platformu Sonuç Bildirgesi’nde şöyle özetlendi:**

Öncelikle pandeminin tüm ezberleri bozduğu, evlerde geçirilen neredeyse bir yıla yakın sürede her bireyin kendisini, işini, yaptıklarını, yaşadıklarını, günlük rutinini detaylı bir şekilde gözden geçirme ve değerlendirme fırsatı bulduğu vurgulandı.

Toplumun, pandemi sürecinde mekanın önemine biraz daha inandığına dikkat çekildi. Herkesin çalıştığı, yaşadığı, eğlendiği, tedavi gördüğü, eğitim aldığı, yemek yediği, dinlendiği, başka bir ifadeyle hayatını geçirdiği mekanın ne kadar önemli olduğunu, evlerde zorunlu kaldığı süreçte daha iyi anladığının altı çizildi. Gayrimenkul sektörü temsilcilerinin de pandemi sonrası oluşturacağı mekanlar konusunda önemli dersler aldığının dile getirildiği toplantıda, AVM ve ofis konusundaki gelişmeler ele alındı.

Araştırmalara göre, Türk toplumunun yüzde 62’sinin Türkiye’de virüsün ancak 2021 sonunda ya da daha uzun bir tarihte kontrol altına alınabileceğini düşündüğü, toplumun yarısından fazlasının Türkiye’nin geliştireceği yerli aşıya güvendiği belirtildi. Toplumun sağlık algısının değiştiği, insanların artık sağlık kurumlarına yakın olmayı arzu ettiği, toplumda ‘sosyal sağlık’ kavramının öne çıktığınının gözlemlendiği ifade edildi.

Sosyal sağlık kapsamında sağlığın sosyal belirleyicilerinin; yani bireylerin yaptığı iş, yaşadığı yer, ait olduğunu düşündüğü sosyal sınıf, işe neyle gidip geldiği, işi ile evi arasındaki mesafe, evinin, işinin kendisine ne sunduğu gibi kavramların çok önemli hale geldiği vurgulandı.

Gayrimenkul açısından bakıldığında pandeminin, mekanları hatta bu mekanların yönetimiyle ilgili kanunların daha esnek yapılması gerektiğini gösterdiği belirtildi.

Pandeminin bir sonuç değil, bir sebep olduğunun kabul edilmesi gerektiği, sektör açısından pandemide maalesef geçmişteki hataların bedelinin ödendiği ifade edildi. Gelecekte yeni bedeller ödenmemesi için gayrimenkul geliştiricilerinin kurumsal anlamlarını yeniden keşfetmeleri ve projelerine yeni anlamlar yüklemeleri gerektiğine dikkat çekildi.

**AVM ile ilgili şu konular öne çıktı:**

Pandemide insanların, AVM’lerin hayatında tuttuğu yeri çok daha net görme imkanının olduğu vurgulandı. AVM’lerin, sadece mağazaların bir araya geldiği yapılar olmadığı; tabiatla uyumlu, teknolojinin imkanlarından faydalanan ve iyi tasarlanmış oldukları takdirde çok önemli bir ticaret ve buluşma mekanı olarak fonksiyonunu sürdüreceği belirtildi.

E-ticaretin daha da büyüdüğü pandemi sürecinde “AVM’ler bitecek, lojistik depolarına dönüşecek, her şey internetten alınacak, AVM’ler eğitim, sağlık yapılarına dönüşecek” gibi söylemlerin henüz gerçekleşmediği, bu öngörülerin bazılarının da hiçbir zaman gerçekleşmeyeceği ve AVM’lerin yaşamaya devam edeceği görüşünün altı çizildi. Pandemi sonrası dönemde AVM’lerin var olmaya devam edeceği konusunda hemfikir olunmakla birlikte, AVM içeriğinin ve toplumun AVM’lerin yerine getireceği fonksiyonlarla ilgili beklentilerinin değişeceği konusunda da katılımcılar benzer görüşlerini paylaştı.

Alışveriş mekanı tercihlerinde tüketicilerin yüzde 37’sinin cadde mağazalarını, yüzde 33’ünün e-ticareti, yüzde 30’unun alışveriş merkezlerini tercih ettiği belirtildi. Belki bir kısım perakendecinin kapalı mekanların oluşturacağı düşünülen riskleri ortadan kaldırmak için cadde mağazacılığına kaymasının olası olduğu görüşü dile getirildi.

Her ne kadar sanal market kullanımında yaş ortalamasının artmasına, tüketicilerin yarısından fazlasının pandemi sonrasında da özellikle gıda ürünlerini internetten satın almaya devam edeceğini söylemelerine rağmen fiziksel ve dijital kanalların birbirine rakip değil tamamlayıcı olarak görülmesi gerektiği vurgulandı.

Türkiye’de 400 AVM’nin inanılmaz istihdam sağlaması, perakendecilere mekan ve fırsat sunması, bu mekanlarda bir ekosistem bulunduğunun açık göstergesi olarak bu sistemin kolay kolay yıkılmayacağı savunuldu. Ancak ileride ticaretin tek başına online ya da offline olmayacağı, hibrit bir model olacağı gerçeğinden hareketle AVM’lerin de kendilerini bu modele göre doğru konumlandırması gerektiği ifade edildi.

Bu çerçevede AVM’lerin sadece ticaret mekanı olarak değil belki de daha fazla sosyalleşme mekanı, farklı aktivitelerin de dahil edeceği alanlar olması gerektiği vurgulandı.

Bu değişimin yeni geliştirmelerde mutlaka dikkate alınacağı kesin olmakla birlikte mevcut stokun dönüşümü konusunda da çok önemli çalışmaların yapılması gerektiği dile getirildi. AVM’lerde gerçekleşmesi kaçınılmaz bu değişim ve dönüşümün önünde yer alan öncelikle mevcut imar planları ile ilgili engellerin ortak akılla çözüme kavuşturulmasının önemine vurgu yapıldı. AVM’lerin inşa edildikten sonra aslında kişilerin değil artık toplumun malı olduğu, kentin mimari yapıları, işaret taşları ve insanların hayatının bir parçası olduğu ve AVM’lere iyi bir planlamayla yeni bir fonksiyon kazandırılması gerektiği belirtildi.

Konunun finansman bacağında da önemli adımların atılması, AVM’lerin tüm yönleri ile bu anlamda da tartışılması gerektiğine dikkat çekildi. Pandeminin “Tek yatırımcının, AVM’deki yüzlerce işletmenin ticari sorumluluğunu alarak bu kadar büyük yatırımların altına girmesi bundan sonra ne kadar mümkün?” sorusunun sorulmasına da vesile olduğu ifade edildi.

Bütün sektörleri aynı anda etkileyen pandemi sürecinde bankaların son derece sakin bir şekilde müşterilerinin yanında durarak hareket ettiği dile getirildi. Ancak ticari gayrimenkule verilecek banka kredilerinde en önemli konu olan nakit akışında bu süreçte yaşanan sıkıntıların dönüşümün/değişimin finansmanı için önemli bir risk oluşturduğunun altı çizildi. Pandeminin yarattığı finansal hasarın büyüklüğü tam olarak kestirilememekle birlikte sektörün finansmanı için bankacılık sektöründen çok başta sermaye piyasaları olmak üzere alternatif finansman kanallarının zorlanması gerektiği vurgulandı.

**Ofis ile ilgili öne çıkan konular ise şöyle oldu:**

Çalışma hayatının değiştiği, pandeminin bu değişimi hızlandırdığı ifade edildi. Yapılan anketlerde çalışanların yüzde 40’ının evden çalışmayı tercih ettiği, büyük şehirlerde yaşayan insan sayısının azalacağını düşünenlerin oranının yüzde 46 olduğu belirtildi. Bu çerçevede daha esnek çalışma modellerinin gündemde olacağı ve yaygınlaşacağı vurgulandı. Ofis kullanım amacının orta vadede evrileceği, çalışma hayatında esnek çalışma sisteminin gittikçe önem kazanacağı, işyerinde 2-3 günlük bloklarla dönüşümlü çalışmanın pandemiyle mücadelede çok önemli olduğu kadar pandemi sonrası da çalışma yöntemi olarak tercih edilebileceğine dikkat çekildi. Ayrıca evler artık ofis olduğuna göre evlerde de çalışma konforunun sağlanması gerektiği belirtildi.

Tüm bu tespitler sonrasında katılımcılar, artık daha düşük metrekarelerde, daha verimli, daha esnek, yine dijitalle iç içe ofis alanları görüleceğinin kesin olduğu; kente yakın olmanın her gün ofise gidilmeyeceği için çok önemli olmayacağı fakat fiziki anlamda yine de doğru planlanmış ofis projelerinin ön plana çıkacağı konusunda fikir birliğine vardı.

Yeni nesil iş hanlarıyla beraber, yeni çalışma kültürüne, yeni yaşam tarzına uyum sağlanması gerektiği, çalışma hayatının sadece evden ve merkezi ofislerden yürümeyeceği, bu sebeple bir karmaya gitmenin zorunlu hale geldiği, AVM’lerde olduğu gibi hibrit modelin ofislerde de kullanılması gerektiği dile getirildi.

Ekip çalışması, kurum kültürü ve birlikte etkileşim var olduğu sürece ne ofislerin ne de AVM’lerin ortadan kalkmasının mümkün olduğu vurgulandı. Ancak pandemi sonrası dönemde, her türlü gayrimenkul projesinde olduğu gibi ofis ve AVM’lerde de insanı merkeze alan projelerin sürmesinin beklendiğine dikkat çekildi. İnsandan uzaklaşıp metrekare tutkusu ile inşa edilen mekanların pandemide olduğu gibi çok zor durumda kalma ihtimalinin artık daha fazla olduğunun altı çizildi.

Ülkemizde gayrimenkul sektörünün üretme sorunun bulunmadığı, buna karşılık diğer segmentlerde olduğu gibi ofis ve AVM’lerde de ‘marka’ yaratamama sorunu olduğu dile getirildi. Markanın ‘Niçin?’ sorusuna verilen cevap olduğu, bunun da yaratılan katma değer ve bu mekanların içine konulan ruhla alakalı olduğu ifade edildi. Merkezine insanın konulduğu mekanların her türlü sorunu daha kolay atlatacağı fikrinde birleşildi.

**Kamuoyuna saygıyla sunulur.**
**GYODER**