

# (NIE)PRZYJAZNE OBLICZA SKLEPÓW

*Ponad dziesięć lat temu tysiące mieszkańców południowej Warszawy odwiedziło namiot, w którym prezentowana była koncepcja Miasteczka Wilanów. Wielu z nich wypełniło kwestionariusz a wyrażone w nim opinie wskazywały, w jakiej przestrzeni chcieliby żyć. Te opinie były przez nas bardzo poważnie traktowane, co ciekawe, gdy spytaliśmy o preferowane miejsca zakupów, mieszkańcy wskazywali przykłady ulic Paryża, Londynu, Wiednia czy Nowego Jorku. Dlatego od samego początku usługi miały być ważną częścią koncepcji Miasteczka i elementem wprowadzającym życie na ulicach.*

Gdy dziś patrzę na nasze osiedle i widzę jak wiele nowych sklepów się tu otwiera - jest to budujące. Mobilizuje to ludzi do spacerów, wprowadza różnorodność, podwyższa atrakcyjność miejsca. Sam z przyjemnością chodzę do pobliskich restauracji czy do fryzjera. Poza zakupem artykułów spożywczych mogę pogawędzić z przedstawicielem biura podróży, kupić butelkę wyśmienitego wina, rower dla dziecka, kwiaty dla żony a w pralni wyczyścić garnitur. W dzisiejszym świecie, gdy podczas ostatnich dekad obserwujemy tendencję do dzielenia miast na wyspecjalizowane części, w których można albo robić zakupy, albo mieszkać, albo pracować, bez możliwości zaliczenia podstawowych potrzeb na piechotę, takie miejsca to luksus.

Najdroższe i najbardziej cenione dzielnice świata mają mnogość usług i sklepów osiedlowych w zasięgu ręki. Wyobraźmy sobie South Kensington, Knightsbridge czy Notting Hill bez tych wszystkich kolorowych, pełnych fantazji sklepików i pubów, które ożywiają każdy róg ulicy, czy paryską dzielnicę Marais bez ulicy Saint Antoine z jej piekarnio-cukierniami, wieloma odmianami sklepów mięsnych czy licznych kawiarenek. Bez tego wszystkiego swobodnie moglibyśmy odjąć 30% wartości istniejących tam nieruchomości.

To samo można powiedzieć o najbardziej prestiżowych zakątkach Chicago (Lincoln Park), Tokio (Omote-Sando) czy São Paulo (Itaim). To, co je łączy poza wspaniałą ofertą mieszkaniową, to właśnie bogactwo pobliskich sklepów, restauracji i usług. Te udogodnienia wpływają pozytywnie na jakość prowadzonego tam życia nie tylko pod względem społeczno-kulturowym, ale i podwyższają bezpieczeństwo dzielnicy. Są niczym łącznik, który w sposób naturalny scala okolice, co we współczesnych osiedlach prawie nie istnieje z uwagi na ich nadmierną segmentację, uproszczenie i izolację.

Wiemy jak miło jest usłyszeć od sprzedawcy w pobliskim sklepie spożywczym pytanie, czy jest coś, co chcielibyśmy, aby dla nas zamówiono a czego nie ma w aktualnej ofercie. Miło również wiedzieć, że można skosztować wędlinę przed dokonaniem zakupu lub że sprzedawca mimo faktu, iż dziesięć minut temu zamknął sklep, na nasz widok ponownie go otworzy rozpoznając stałego klienta. Ci ludzie rozumieją, iż przyjazne podejście i ponadstandardowe traktowanie osób z osiedla to gwarancja sukcesu. Duża część sklepów i restauracji w Miasteczku Wilanów odwziewała tę serdeczność, kiedy patrzy się na nie wprost z ulicy. Poprzez swój wystrój demonstrują charakter właścicieli. Osobiście najbardziej lubię kuszące witryny kilku restauracji, sklepów z winami, artykułami wyposażenia wnętrz czy kwiatami z pięknym korniem przy placu miejskim.

Niestety są i takie, które wykazują zamilowanie do ukrywania się za różnego typu foliami przyklejnymi do szyb. To oczywiście uniemożliwia jakkolwiek

kontakt wzrokowy przechodnia z tym, co taki sklep ma do zaoferowania. Niektóre z nich wybierają nieprzezroczystą folię z bardziej lub mniej estetycznym nadrukiem inne pokazują wręcz tył swoich ślepych półek ustawionych tuż przy witrynie. Tego typu rozwiązania są charakterystyczne dla najuboższych i najbardziej niebezpiecznych dzielnic miejskich oraz dla sieciówek, które nie czują się w żaden sposób związane z miejscem, w którym handlują. Zwykle sklepy te są wyposażone w różnego rodzaju systemy monitoringu takie jak kamery, alarmy, podczas gdy te niezaklecone, z zapraszającą do środka witryną i przyjaznym obliczem są nie tylko bardziej bezpieczne dla samych właścicieli czy sprzedawców, ale w sposób pozytywny wpływają na bezpieczeństwo ulicy, przy której prosperują.

To czy jesteśmy bezpieczni i czy tak się czujemy, wynika w dużej mierze z tego, w jakiej przestrzeni mieszkamy i czy obchodzi nas to czy inni są bezpieczni. Jeśli mieszkamy odgródzeni od świata, za murem, nie będziemy w stanie zareagować, gdy ktoś napadnie przechodnia na chodniku tuż pod naszym oknem (a rabusie w takich miejscach czują się najlepiej), nie złapiemy za telefon by wezwać policję, gdy ktoś zostanie napadnięty przed naszym sklepem, bo i jak... - przecież nikt nic nie widział przez ślepe witryny. I na odwrót, jeśli do przestępstwa dojdzie w samym sklepie nikt z zewnątrz nie ma nawet szansy stać się świadkiem takiego zajścia. Jeśli stworzymy przestrzeń, która w sposób naturalny a zarazem najefektywniej zapewni nam i innym bezpieczeństwo, w dużej mierze możemy uniknąć korzystania z pomocy policji czy konieczności umieszczania kamer gdzie się tylko da. Nie zapominajmy, że Miasteczko Wilanów jest miejscem bezpieczniejszym od wskazanych przeze mnie powyżej przykładów.

Jeśli z uwagi na powierzchnię lokalu konieczne jest ustawienie półek przy samej witrynie, najprostszym sposobem na to, aby sklep pozostał „przyjazny”, jest zastosowanie półek otwartych z obydwu stron, tak, aby można było z zewnątrz zobaczyć, co na nich stoi. Dzięki temu produkty same w sobie są najlepszą reklamą sklepu a nie grafiki, które tylko z pozoru pełnią taką funkcję, a w rzeczywistości zaś w dużej mierze najzwyczajniej szpecą przestrzeń publiczną. Jeśli tylko się da, warto wystawiać produkty przed sklep tj. warzywa i owoce – można zacząć już na wiosnę – i dodatkowo wyjść z ofertą do ludzi. Na dodatek to tak pięknie ożywia i dekoruje ulice! Powodem, dla którego większość sklepów spożywczych w Polsce zakleja witryny, jest chęć maksymalizacji powierzchni pod półki z produktami. Rzeczywiście stanowi to problem w

Guy C. Perry i jego pracownia IN-VI są autorami koncepcji ukończonego niedawno w Budapeszcie projektu Carvin Promenade. W 2011 r. otrzymał on nagrodę doskonałości FIABCI. Dzielnica ta integruje część handlową, rozrywkową, biurową i mieszkaniową. Wcześniej Guy C. Perry pracował w Trizec-Hahn (developer m.in.: obiektów handlowych) na stanowisku starszego wiceprezesa. Wówczas najemcy wybudowanych przez firmę powierzchni handlowych osiągnęli najwyższe w USA zyski ze sprzedaży na mkw. Guy występował na konferencjach na całym świecie z prelekcjami na temat ewolucji centrów handlowych, dzielnic wielofunkcyjnych i przyszłości handlu (m.in.: ISCS, ULI, MAPIC).

momencie, gdy każdy taki sklep stara się wyposażyć w dokładnie tę samą gamę produktów co sklep 200 metrów dalej na powierzchni zaledwie 100 mkw. Od miejsca, w którym mieszkam w Miasteczku, w mniej niż trzy minuty docieram do trzech różnych sklepów spożywczych, które w ofercie w 90 procentach mają to samo, co ich konkurencja kawalek dalej. Żywię ogromną nadzieję, iż te wszystkie sklepy przetrwają. Każdy z nich sprawia wrażenie prowadzonego z troską i zaangażowaniem, jednak szczerze zalecam (mając na uwadze doświadczenie w tej dziedzinie zarówno zawodowe jak i życiowe, które wyniosłem mieszkając w różnych dzielnicach świata, gdzie handel stanowił nieodłączny element części mieszkaniowej), aby sklepy te podjęły próbę wyspecjalizowania się. Moja żona często powtarza: „Nie ma mięsnego, warzywniaka z prawdziwego zdarzenia, nie mam gdzie kupić świeżej ryby, wszędzie to samo a zarazem nic”. W Miasteczku Wilanów brakuje wyspecjalizowanych sklepów spożywczych, w których klienci mogliby kupić produkty nie tylko świeże, ale i z pierwszej ręki.

Moja babcia w Nancy (miasta, które swą świetność i urodę zawdzięcza waszemu królowi Stanisławowi Leszczyńskiemu) mawiała: „Jeśli piekarnia ma piec wyśmienite pieczywo, to nie może dobrego ciasta i na odwrót”. Miała rację. Chadzała w jedno miejsce po butelki a gdzie indziej po ciasta, smak obu pamiętam do dziś. ■

Guy C. Perry



Warto wystawiać produkty przed sklep tj. warzywa i owoce – można zacząć już na wiosnę – i dodatkowo wyjść z ofertą do ludzi. Na dodatek to tak pięknie ożywia i dekoruje ulice! (Delikatesy w Amsterdamzie)



Kwiaciarnia Lachaume we Francji



Piekarnia Elektra, położona w centrum greckiego miasta, Edessa



Wyspecjalizowany sklep z charakterem - Krakowski Kredens, Warszawa ul. Nowy Świat 22. fot. Michał Karwowski