



# KLIMAT NA ZAKUPY

„City Centre” w Houston – USA

## WIĘCEJ SKLEPÓW – TAK, WIĘCEJ PRZESTARZAŁYCH KONCEPCJI – NIE.

Po ponad dekadzie istnienia z zaledwie garstką sklepów, Miasteczko Wilanów niebawem może zmagać się z ich nadmiarem w związku z planowaną tu budową kilku potężnych galerii handlowych. Kwestie szczegółowe pozostają na razie w fazie planów, jedno jest jednak pewne – deweloperzy oraz inwestorzy zwrócili uwagę, że tutejsi mieszkańcy stanowią najlepszą demograficzną grupę potencjalnych nabywców w kraju: młodzi, ambitni rodzice, niejednokrotnie managerowie o wysokich dochodach lub jak można było ostatnio przeczytać w prasie „pracujący w korporacjach, zadowoleni z siebie ludzie” – słowem marzenie każdego sprzedawcy. O czym jeszcze ci zorientowani na krótkoterminowy zysk deweloperzy nie powinni zapominać to fakt, że tutejsi mieszkańcy stanowią wykształconą, często podróżującą, wymagającą grupę konsumentów. Tych ludzi nie zadowoli powtarzalna w Warszawie formuła zamkniętego mallu, z powtarzaną do znudzenia ofertą tych samych produktów.

Na początku mojej pracy nad Miasteczkiem Wilanów (w 1999 r. – przyp. red.) związany byłem z TrizecHahn, jednym z wiodących wówczas deweloperów centrów handlowych na świecie. Sprzedaliśmy wtedy całe portfolio obiektów handlowych, głównie zamkniętych galerii, warte ponad trzy miliardy dolarów. Stało się tak z dwóch powodów – po pierwsze był to zbiór najbardziej dochodowych centrów w Ameryce Północnej (biorąc pod uwagę dochody z wynajmu po-

wierzchni handlowej na mkw.), po drugie era zamkniętych galerii handlowych była w zasadzie zakończona. Sami zresztą częściowo przyczyniliśmy się do tego końca. W 1988 r. zbudowaliśmy Horton Plaza, z którego zdjęliśmy tradycyjnie pojnowany dach. W efekcie uzyskaliśmy nie tylko lepsze wyniki sprzedaży od tych w typowych galeriach, zmiana miała pozytywny wpływ na wszystkie sąsiadujące nieruchomości.

### Antidotum na nudę

W latach 20. oraz 30. XX wieku powstały słynne, niezwykle intratne i co ważne odkryte ośrodki handlowe, takie jak Rodeo Drive w Beverly Hills, Worth Avenue w Palm Beach czy Country Club Plaza w Kansas City. Wszystkie stworzone w oparciu o prosty plan – ulice z handlem i usługami w parterach budynków mieszkalnych (zamiast mieszkań mogą być biura lub dwa w jednym w loftach), place miejskie albo rynek – stanowiące część powstającej razem z nimi nowej dzielnicy (jak Miasteczko). W dalszym ciągu, po upływie ponad 80 lat, są one „tym” miejscem w Stanach, jeśli chodzi o spędzanie czasu wolnego i zakupy. Dla kontrastu powstałe po wojnie centra handlowe – aż do Horton Plaza – stanowiły zorientowane wyłącznie na zysk (dzięki zabiegom „value engineering”), zamknięte bryły lub galerie, gdzie klienci traktowani niczym szczury w labiryncie byli sprytnie manipulowani, zupełnie odcięci od śródmiejskiego środowiska i jakiegokolwiek kontekstu miejsca.

Victor Gruen, uważany przez wielu za ojca zamkniętych galerii handlowych, widział je jako antidotum dla kobiet na nudę podmiejskiego życia w powojennej Ameryce. Gruen, Austriak z pochodzenia, często wyobrażał sobie klimatyzowane europejskie place miejskie będące także centrami życia kulturalnego – choć ten aspekt został przytłoczony przez wspomnianie wcześniej projektowanie wyłącznie dla zysku już w późnych latach 50. XX wieku. Święta takie jak Boże Narodzenie, Wielkanoc, Święto Dziękczynienia czy Święto Niepodległości 4 lipca stały się natomiast sposobem na mobilizację konsumentów, aby kupując głównie amerykańskie produkty napędzali oni amerykańską gospodarkę. Kierując się aspektami marketingowymi, galerie handlowe często zapożyły nazwy słynnych obiektów, takich jak na przykład Galleria w Mediolanie łącząca Piazza d`El Duomo z La Scala. W końcu XX wieku typowa amerykańska „Galleria” łączyła jeden dom towarowy z innym poprzez szereg mniejszych wysoko rentownych sklepów na dwóch lub nawet trzech poziomach. Poza dostępem z i na parking, centra te były zupełnie autonomiczne i nie próbowały być w jakikolwiek sposób zintegrowane z otaczającą je tkanką miejską. Ten model centrum handlowego swoje apogeum osiągnął w latach 90. XX wieku na rynkach rozwiniętych, tj.: Stany Zjednoczone i Wielka Brytania i zasłynął obiektami takimi jak Venetian w Las Vegas czy znajdującym się we wschodniej części Londynu Blue Water. Centra te nie napędzały wówczas gospodarek lokalnych, tylko te często znajdujące się na drugim końcu świata, jak Chiny, odgrywając w ten sposób istotną rolę w destabilizacji handlu.



Położone 30 km od centrum Houston „City Center” – to modna, nowopowstała dzielnica mieszkalno-handlowa na miarę XXI wieku ze sklepami i usługami w parterach budynków oraz ciągłą animacją w przestrzeni miejskiej; citycenterhouston.com

### Potrzeba autentycznych doświadczeń

Niestety, począwszy od lat 50. do 90. XX wieku, malle odegrały kluczową rolę w fizycznej oraz społecznej dezintegracji amerykańskich miast poprzez tworzenie wymaganych, bezpłciowych „centrów” życia publicznego. W tym okresie amerykańskie „main streets” zaniknęły, a centra miast pustoszały zaraz po godzinach pracy – wszyscy woleli udać się do galerii handlowych. Ludzie przestali też spacerować. Dlaczego? Miasta podwoiły swoją powierzchnię, wytworzyły serie obszarów pojedynczego użytku, tworząc rozległe metropolie nawet gdy ich populacja malała. Skoro do sklepów można było jedynie dojechać, to w rzeczy samej... – dlaczego nie udać się na zakupy do mallu? W Europie podmiejskie kompleksowe centra handlowe starały się zastąpić przestrzenie komercyjne zlokalizowane w centrum miast, i w ten sposób skutecznie zdemontowały wiele spójnych dotąd tkanek miejskich Europy Zachodniej. W połowie lat 70. ub. wieku mieszkałem w Chambourcy, niedaleko Paryża, a więc miejsca, gdzie powstał pierwszy w Europie hipermarket. Byłem naocznym świadkiem tej przemiany. To dało początek długiej walce, która teraz nareszcie dobiegła końca. Hipermarkety oraz zamknięte centra handlowe zostały praktycznie zakazane w Europie Zachodniej – niestety stało się tak dopiero po dokonaniu zniszczeń w zrównoważonym rozwoju obszarów miejskich i podmiejskich.

W Europie odejście od formatu zamkniętej galerii handlowej – lub jak kto woli mallu – oraz hipermarketu spowodowane było chęcią ochrony małego biznesu, łańcucha zaopatrzeniowego, lokalnej kultury oraz środowiska. W Stanach było to podyktowane bardziej aspektami ekonomicznymi: deweloperów nie było już stać na klimatyzowanie powietrza tak rozległych przestrzeni wspólnych, a konsumenci byli po prostu znudzeni sztucznym formatem oraz powtarzalnością sklepów i produktów w każdym miejscu. Ludzie potrzebują prawdziwych doświadczeń, interakcji z otoczeniem, inaczej pozostaną w domu i zrobią zakupy on-line – galerie handlowe im tych doświadczeń już nie dostarczają. Co ciekawe, zarówno Europa, jak i Ameryka mają podobne doświadczenia z przestępczością w centrach handlowych – kiedyś uważane za oazy bezpieczeństwa, dzisiaj stanowią idealne miejsce zarówno dla drobnych złodziei, jak i rozwoju przestępczości zorganizowanej. Konsumenci są w nich uśpieni fałszywym poczuciem bezpieczeństwa. Nie dziwi więc fakt, że w naszej części Warszawy największy współczynnik przestępczości



Taka koncepcja mogłaby wspaniale zagrać w Miasteczku – Corvin Promenade w Budapeszcie, gdzie część handlowa jest częściowo odkryta a częściowo przykryta, tętni życiem i energią.

obejmuje okolice oraz sam obiekt Sadyba Best Mall. Sadyba nie jest tutaj wyjątkiem, wszystkie takie galerie w Warszawie posiadają podobnie wysokie współczynniki w swoich okręgach.

Dlaczego zatem galerie handlowe ciągle powstają? Deweloperzy wiedzą, że inwestorzy instytucjonalni wciąż poszukują sposobu na wypełnienie swojego udziału w inwestycjach handlowych w Europie Środkowej, a zwłaszcza w Polsce. Zdają sobie sprawę z tego, że format galerii nie jest już popularny w Stanach czy w Europie Zachodniej, zakładają jednak że „zacofany” polski rynek jeszcze do tego nie doszedł, a skoro większość miast Europy Środkowej prezentuje nieład przestrzenny, kontrastujące zamknięte wnętrza centrum handlowego wygląda na korzystne dla otoczenia. Większość polskich miast wydaje się nie zdawać sobie sprawy z negatywnych skutków, jakie niesie za sobą umiejscowienie takich obiektów w miejscach bogatych kulturowo i historycznie oraz zamieszkałych przez tysiące osób, tak jak ma to miejsce w Wilanowie.

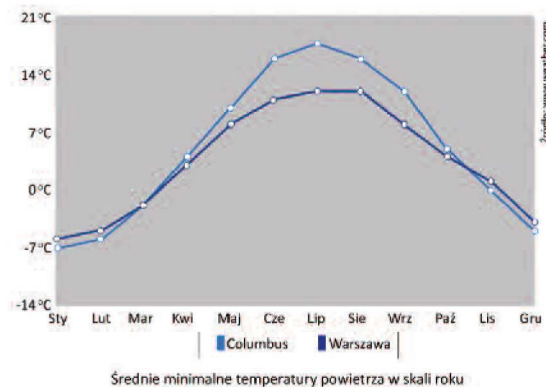
### Dwadzieścia milionów rocznie

Istnieje pewna logika w tworzeniu oddiętych od środowiska zewnętrznych malli takich jak Galeria Mokotów czy Arkadia, o ile znajdują się one w otoczeniu w dużej mierze nieprzyjaznym dla ludzi – puste ściany dobrze koegzystują z wiaduktami autostrad i stacjami kolejowymi czy pozbawionymi charakteru biurowcami. W przypadku Wilanowa więc, najbardziej szokujące dla mnie jest to, jak europejska stolica może w ogóle rozważać postawienie XX-wiecznego przeżytku w postaci zamkniętego centrum handlowego w sąsiedztwie zabytkowych pałaców i tętniących życiem dzielnic mieszkalnych. W Miasteczku zrobiono absolutnie wszystko, by stworzyć osiedle o ludzkiej skali, miejsce przyjazne człowiekowi. Postawienie proponowanych nam masywnych, zorientowanych do wewnątrz brył Galerii Wilanów (GTC) czy obiektu spółki Morelia przy ul. Uprawnej nieodwracalnie zaburzy harmonię wspólnoty oraz stworzy nieuczciwą konkurencję dla lokalnego handlu, który właśnie się rozwija. Oczywiście jest, że skoro pozwala się na budowę obiektów tj. Bricoman tuż obok dwóch niezwykle ważnych dla miasta zabytków (Pałac Wilanowski i Natoliński), władze wydając pozwolenia na ich budowę z niedostateczną rozważą i troską podchodzą do kwestii rozwoju tej dzielnicy i nie jest to bynajmniej brak umiejętności. Wystarczy spojrzeć jak uważnie planowany jest każdy kawałek przestrzeni w Alejach Ujazdowskich, na Starym Mieście, czy w okolicach Krakowskiego Przedmieścia. Czy w odległości kilkuset metrów od tych miejsc ktoś mógłby wyobrazić sobie budowę mallu?

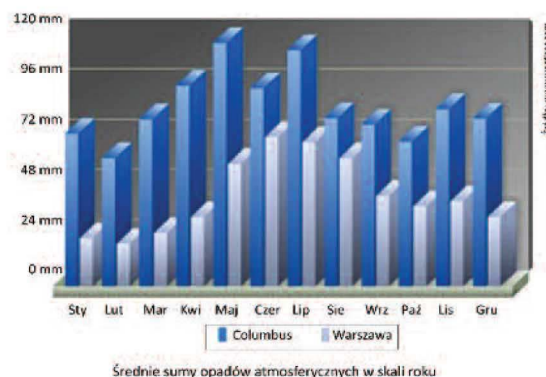
Proponowane obiekty handlowe, których najwyraźniej ma być jeszcze więcej, będą musiały przyciągać 20 milionów konsumentów rocznie, aby być komercyjnie opłacalne. To około 50 tysięcy ludzi dziennie, a więc albo wszyscy mieszkańcy Wilanowa będą się musieli udać na zakupy dwa razy dziennie, rezygnując z lokalnych sklepów, albo będą musieli przyjechać do nas inni kupujący z Ursynowa, Mokotowa, Konstancina, a także innych dzielnic Warszawy. Nawet, jeśli przeciętny Kowalski będzie w stanie dostać się do tych komercyjnych obiektów (nie bez trudności) komunikacją miejską, głównym targetem malli pozostają konsumenci zmotoryzowani – wyższa siła nabywcza oraz większa wydajność transportu. Warto zauważyć, iż zarówno Galeria Mokotów, jak i Arkadia są zlokalizowane przy liniach tramwajowych.

### Szybko wybudować, szybko sprzedać

Być może największym problemem jest fakt, że sukces tych planowanych obiektów będzie krótkotrwały, dlatego najpewniej ich inwestorzy sprzedadzą je tak szybko, jak tylko się da. Tych firm nie interesuje inwestowanie długoterminowe w coś, co wniesie jakąkolwiek wartość dodaną dla naszego osiedla, a jedynie nastawione są na szybki zysk. Dla nich takie centra to nic innego jak nieruchomości inwestycyjne. Nowe formaty, które przewidziano w pierwotnym planie Miasteczka Wilanów, zorganizowane wokół ulic i placów są teraz szeroko stosowane na zaawansowanych rynkach detalicznych, zastępując XX-wieczne, zamknięte centra handlowe. Te otwarte, miejskie ośrodki handlu uzyskują lep-



Easton Town Center – Columbus (Ohio).

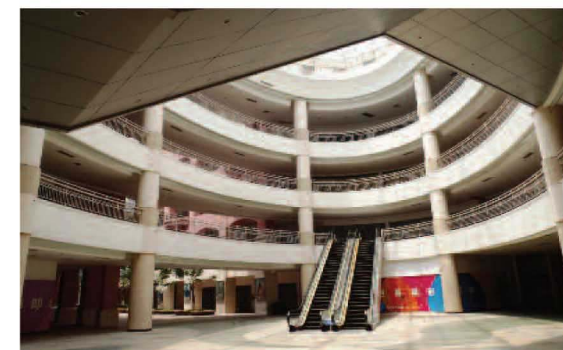


Randall Park Mall w Cleveland (Ohio). Kiedyś jeden z największych amerykańskich malli. Zamknięty w 2009 r.

sze wyniki sprzedaży w porównaniu do zamkniętych malli nawet w trudnych warunkach klimatycznych. Dla przykładu warto wspomnieć Columbus w stanie Ohio (przyp. red. – patrz wykresy), gdzie najlepsze centrum handlowe Easton Town Center w 80 proc. znajduje się pod gołym niebem. Zarówno latem, jak i zimą warunki pogodowe są tam zdecydowanie bardziej nieprzyjemne dla ludzi od tych u nas. Innym przykładem może być Houston, gdzie w okresie letnim jest nieznośnie gorąco i wilgotno, a mimo to ludzie gromadzą się na ulicach i placach nowopowstałego „City Center” – miejskiego ośrodka handlu, który nie ma w sobie nic z mallu, a naśladuje centrum prawdziwego miasta. Projekt oddalony jest od downtown Houston o 30 km. Oba przykłady charakteryzuje znacznie trudniejszy klimat od tego, z którym mamy do czynienia w Polsce, a takich przykładów jest znacznie więcej.

### Trzy dogodne sklepy w niedalekiej przyszłości

Na szczęście w Miasteczku planowane są punkty handlowe mniejszego formatu zorientowane na obsługę lokalnej społeczności, a nie całego regionu, jak ma to miejsce we wcześniej wspomnianych wypadkach. Są to zarówno budowana już inwestycja Simura przy Al. Rzeczypospolitej przy Osi Królewskiej (a w niej supermarket – ponad 1000 mkw. – z gastronomią, sklepami, usługami), planowana przez Robygu Alma w parku biznesowym czy delikatesy w Royal Wilanów. Te trzy miejsca doskonale zaspokoją codzienne potrzeby naszych mieszkańców. Jeżeli będziemy potrzebować dodatkowych obiektów handlowo-usługowych, nie powinny być one repliką Sadyby, Galerii Mokotów czy Arkadii. Wilanów zasługuje na miejsce z charakterem, jedyne w swoim rodzaju, o organizacji przystającej do XXI-wiecznych standardów tworzenia śródmieść miejskich, a nie obiektów z ubiegłego wieku, które gdzie indziej



New South China Mall otwarty w 2005 r., dziś niemalże całkowicie opustoszały.

dawno już odeszły do lamusa. Te ostatnie zaspokajają potrzeby przede wszystkim protekcyjnego międzynarodowego kapitału, a nie dumnych i świadomych swych potrzeb mieszkańców Miasteczka.

### Szeroka arteria? Nie koniecznie.

Niestety, wiele wskazuje na to, że istnieje związek pomiędzy planowaną Galerią Wilanów, a budową ulicy Branickiego. Oczywiście jest, że Galeria w proponowanej skali nie będzie funkcjonować właściwie bez bezpośredniego wsparcia ok. 150-tysięcznej rzeszy mieszkańców Ursynowa – inaczej połączenie ulicą Branickiego nie jest dla nas niezbędne, biorąc pod uwagę planowane przedłużenie Osi Królewskiej w kierunku Ursynowa i Obwodnicy Południowej. Obwodnica będzie kluczowym elementem dla parku biznesowego i sprawi, że lotnisko oraz dzielnice biurowe Mokotowa będą w zasięgu kilku minut jazdy samochodem. Główne obiekty handlowe natomiast zamiast z ul. Branickiego, powinny być powiązane z linią tramwajową tak, by zredukować natężenie ruchu, które wygenerują, a przy okazji usprawnić życie wszystkich mieszkających w Miasteczku Wilanów. Już dziesięć lat temu sugerowałem, żeby linia tramwajowa obsługująca centrum naszego osiedla kończyła się na skrzyżowaniu Branickiego i Przyczółkowej. Ulica Branickiego mogłaby być wówczas aleją z minimalnym ruchem przelotowym oraz linią tramwajową i parkiem w środku, pozwalając w ten sposób na powiększenie tak potrzebnych w naszej dzielnicy powierzchni zielonych. Linia tramwajowa mogłaby także zostać przedłużona w kierunku Ursynowa oraz do linii metra połączeniem przez Branickiego właśnie. ■

Guy C. Perry



Guy Perry, wykształcony na Harvardzie amerykańsko-francuski architekt i urbanista, prezes pracowni projektowej IN-VI. Jego firma jest autorem koncepcji Corvin Promenade w Budapeszcie – inwestycji łączącej handel, rozrywkę, przestrzenie biurowe oraz mieszkalne, rewitalizującej wcześniej ogarniętą przestępczością dzielnicę tego miasta. Corvin Promenade zdobyło nagrodę European Commercial Property Award w kategorii najlepszej inwestycji typu „mixed-use” w Europie w 2010 r. oraz nagrodę FIABCI Prix D'Excellence w roku 2011. Przed założeniem IN-VI, Guy pracował na stanowisku Senior Vice-President w firmie deweloperskiej TrizecHahn. W tym okresie firma ta zbudowała West End City Center w Budapeszcie, Kodak Theater – od wielu lat gospodarz ceremonii wręczenia Oscarów w Hollywood – a także centrum handlowe Dessert Passage w Las Vegas. TrizecHahn pierwotnie miało być partnerem w tworzeniu handlowego centrum Miasteczka Wilanów.