

# PONADPRZECIĘTNA ROZRYWKA I ZAKUPY NA ŚWIATOWYM POZIOMIE

Sztuczny stok narciarski, rynek na wodzie, wirtualne przymierzalnie – najnowocześniejsze centra handlowe zapierają dech w piersiach, są prawdziwymi cudami architektury, miejscami relaksu i ponadprzeciętnej rozrywki. Gdzie na świecie powstają obiekty handlowe najnowszej generacji? Czy to jeszcze miejsca do robienia zakupów, czy już raczej atrakcje turystyczne przypominające miasta w miastach?



Fot. Dubai Square

**DUBAI SQUARE – KRÓL JEST JEDEN.** Najnowocześniejszy obiekt handlowy powstaje nie gdzie indziej, jak w Dubaju, najbogatszym mieście świata, które każdego roku przyciąga miliony turystów z różnych zakątków globu. Dubai Square, przełomowa inwestycja Dubai Holding i Emaar Properties, twórcy m.in. największej galerii handlowej Dubai Mall oraz najwyższego budynku na świecie Burj Khalifa, położona jest w samym sercu zatoki Dubai Creek, obok nowej najwyższej budowli świata Dubai Creek Tower, zaledwie 10 minut drogi od międzynarodowego lotniska w Dubaju. Ten gigantyczny obiekt zajmuje powierzchnię 2,6 mln mkw., co odpowiada wielkości 100 boisk piłkarskich, a jego całkowity koszt szacuje się na 5,5 mld dolarów. Otwarcie planowane jest w 2019 roku.

Jak podaje inwestor, ta trzypiętrowa budowla inspirowana jest najznakomitszymi miejscami związanymi z handlem, a więc kultowym Oxford Street w Londynie, Rodeo Drive w Beverly Hills, luksusowym regionem Ginza w Tokio, placem Plaza Mayor w Madrycie czy Polami Elizejskimi w Paryżu. Jednak oferta zaproponowana przez potentatów ze Zjednoczonych Emiratów Arabskich przekracza wszelkie granice dotychczasowego postrzegania zakupów.

Dubai Square to oprócz luksusowych saloonów najznakomitszych projektantów mody, prawdziwy fenomen pod kątem rozrywkowym. Odwiedzający będą mogli spędzić czas na sztucznym stoku narciarskim, lodowisku, w parku wodnym czy na kolejce górskiej. Spragnionych kulturalnej rozrywki zachwyci futurystyczny amfiteatr, w którym będą odbywały się koncerty gwiazd oraz spektakle teatralne.

W obiekcie znajdzie się również najnowocześniejsze kino, przeróżne obiekty sportowe, ogromne akwarium, a także zaawansowane technologicznie place zabaw dla dzieci. Ofercie rozrywkowej dorównać będzie strefa gastronomiczna, w której mieścić się będą restauracje serwujące najbardziej wyszukane dania z całego świata, które zamawiać będzie można za pomocą specjalnie do tego przeznaczonych aplikacji. Oprócz tego atrakcją centrum będzie największa na Bliskim Wschodzie chińska dzielnica Chinatown, oferująca szeroką gamę regionalnych produktów.

Emaar Properties informuje, że Dubai Square będzie to miejsce, jak żadne dotąd, dedykowane nowej erze klientów cyfrowych, którzy łączą bywanie w stacjonarnych obiektach z zakupami online, gdzie strefa wewnętrzna łączy się z tym, co na zewnątrz. Udogodnienia obejmą m.in. niestandardowe aplikacje mobilne, dzięki którym będzie

**DUBAI SQUARE** będzie to miejsce, jak żadne dotąd, dedykowane nowej erze klientów cyfrowych, którzy łączą bywanie w stacjonarnych obiektach z zakupami online

można zrobić zakupy bez stania w kolejce, a w garderobach dla VIP-ów zainstalowane zostaną interaktywne lustra.

**AMERICAN DREAM MIAMI – ZAKUPY W PARKU ROZRYWKI.** American Dream Miami to obiekt handlowy najnowszej generacji powstający w Ameryce w stanie Floryda, który już niebawem stanie się największym centrum handlowo-rozrywkowym w USA, detronizując dotychczasowego lidera – King of Prussia Mall w Pensylwanii. Nowy obiekt zajmie powierzchnię przekraczającą 550 tys. mkw., a jego całkowity koszt szacuje się na 4 mld dolarów. Inwestorem projektu jest firma Triple Five Group, będąca właścicielem dwóch ogromnych centrów handlowych w Ameryce Północnej: West Edmonton w Kanadzie i Mall of America w Minnesocie. Jak podaje South Florida Business Journal, otwarcie obiektu zaplanowano na 2022 rok.

Położony w pobliżu Parku Narodowego Everglades American Dream of Miami będzie prawdziwą perełką turystyczną. Na jego obszarze mieścić się będzie ogromny park rozrywki, kryty stok narciarski, lodowisko, sztuczne jezioro oferujące podwodne przejażdżki, park wodny wraz z krytą plażą, Legoland, pole do minigolfa, miejsce przeznaczone na wędkowanie, teatr, nowoczesne kino oraz obserwatorium. Obiekty rozrywkowe zajmą w sumie 18 hektarów powierzchni całego kompleksu. Oprócz tego klienci centrum będą mogli zrobić zakupy w jednym z 1200 sklepów bądź udać się do restauracji serwujących najróżniejsze smaki świata. Na terenie obiektu mieścić się będzie 2000 pokoi hotelowych oraz strefa wellness, oferująca usługi zdrowotne, odnowę biologiczną, salon kosmetyczny i Spa. Twórcy American Dream Miami mają nadzieję przyciągnąć każdego roku 30 mln odwiedzających. Lokalizacja centrum na wschodnim wybrzeżu w Miami sprawi, że będzie to kolejny ważny punkt destynacji na mapie USA.

**ICON SIAM – W CIENIU TAJSKIEJ KULTURY.** Icon Siam to czwarty pod względem wielkości obiekt handlowy na świecie, który został otwarty pod koniec 2018 roku w stolicy Tajlandii, Bangkoku. Inwestorem obiektu jest grupa Siam Piwat, MQDC Magnolia Quality Development i grupa Charoen Pokphand, twórcy centrum handlowego Siam Paragon i EmQuartier. Kompleks zwany „Matką wszystkich centrów handlowych” zajmuje 525 tys. mkw. powierzchni, liczy 500 sklepów i 100 restauracji z ponad 30 różnych krajów. Icon Siam położony jest

nad rzeką Chao Phraya, skąd roztacza się niesamowity widok na centrum stolicy, a dotrzeć do obiektu można m.in. za pomocą bezpłatnego promu.

6-kondygnacyjne centrum, poza tradycyjnymi markami modowymi, w sekcji Icon Luxe oferuje produkty najdroższych marek, takich jak: Hermes, Dior czy Louis Vuitton. Dla wielbicieli zakupów obowiązkowym punktem jest jedyny w Tajlandii firmowy salon Apple oraz dom towarowy Takashimaya z Japonii.

Jednak Icon Siam to nie tylko zakupy, to prawdziwa świątynia tajskiej kultury. Największą atrakcją dla odwiedzających jest Sook Siam, a więc pływający targ, łączący wszystkie aspekty życia mieszkańców Tajlandii, gdzie znajduje się ponad 3000 firm z całego państwa. Sook Siam to miejsce, w którym można poznać lokalne rzemiosło, skosztować tajskich potraw czy obejrzeć regionalną sztukę sceniczną. Do innych atrakcji należy jedyna w Tajlandii ultranowoczesna sala przeznaczona na różnego typu występy, nadrzeczny park, w którym każda z nazw roślin związana jest z tajskimi wierzeniami, a także fontanna multimedialna, muzeum sztuki tajskiej oraz salon masażu.

#### NA TERENIE

American Dream of Miami mieścić się będzie ogromny park rozrywki, kryty stok narciarski, lodowisko, sztuczne jezioro oferujące podwodne przejażdżki, park wodny



Fot. American Dream



Fot. Icon Siam



Fot. City Land Mall

## „ Mimo że celem każdego topowego centrum handlowego jest przyciągnięcie globalnego klienta, obiekty te muszą być w pewnym stopniu lokalne

Ogromnym plusem tego obiektu jest lokalizacja w mieście, nad samą rzeką, wśród gęstej zabudowy, która wymusza jego kubaturowy kształt. Centrum to jest niezwykle lokalne, idealnie wpisuje się w tajską kulturę. W przeciwieństwie do American Dream Miami, gdzie rozrywka obudowana jest centrum handlowym, Icon Siam to zdecydowanie obiekt handlowy. Na uwagę zasługuje planowane zróżnicowanie skali sklepów, od najdroższych marek, jak przeszklony salon Apple, który podnosi rangę całego obiektu, po kramy z lokalnymi produktami.

**CITYLAND MALL – W ZGODZIE Z NATURĄ.** Otwarty z końcem 2018 roku Cityland Mall to jeden z najnowocześniejszych obiektów handlowych na świecie. Kompleks zajmujący 200 tys. mkw. powierzchni, położony jest w Dubaju nieopodal parku rozrywki Global Village. Właścicielem obiektu jest Cityland,

twórca m.in. popularnych Miracle Garden oraz Butterfly Garden. Wartość obiektu szacowana jest na 330 mln dolarów.

Jak podaje inwestor, Cityland Mall to połączenie dwóch światów: oryginalnej rozrywki z prawdziwymi cudami natury. Największym atutem obiektu jest położony w centralnym punkcie i zajmujący 18,6 tys. mkw. powierzchni ogród botaniczny, składający się m.in. z ogrodu japońskiego, pawilonów ogrodowych, a także roślinności usytuowanej na dachu budynku. W sąsiedztwie terenów zielonych znajduje się restauracja, amfiteatr i park wodny dla dzieci.

Cityland Mall liczy 350 sklepów; wśród najemców znajdują się m.in.: VOX Cinemas, futurystyczne miejsce rozrywki dla dzieci Fabyland, skandynawska marka JYSK oraz największy w Dubaju hipermarket Carrefour. Spośród modowych marek odwiedzający centrum mogą udać się m.in. do brytyjskiej

sieci Matalan czy Riva Fashion Brand wywodzącej się z Kuwejtu. Nowo otwarty obiekt to również zajmująca obszar 4,6 tys. mkw. przestrzeń rozrywkowa dla całej rodziny.

**OPEN SKY – NOWOCZESNOŚĆ W EUROPEJSKIM WYDANIU.** Obiekt handlowy najnowszej generacji powstaje również w Europie, a dokładnie w Hiszpanii w Torrejón de Ardoz, mieście usytuowanym na wschód od Madrytu, w sąsiedztwie portu lotniczego Madryt-Barajas. Jego otwarcie zaplanowano na październik tego roku. Właścicielem centrum jest francuska firma Compagnie de Phalsbourg, realizująca podobne obiekty m.in. we Francji. Za projekt obiektu zajmującego 90 tys. mkw. odpowiedzialny jest włoski architekt Gianni Ranaulo.

Inwestor podkreśla, że nie będzie to centrum typowo użytkowe. Odwiedzający będą mogli wypoczywać nad jeziorem liczącym 12,5 tys. mkw., przejechać się kolejką tyrolską, pojeździć gokartami czy skoczyć ze spadochronu. Do innych atrakcji należą będzie lodowisko, scena, na której będą odbywały się koncerty, nowoczesne kino z rozkładanymi siedzeniami, bary przy plaży, kregle, trampoliny oraz siłownia.

W obiekcie znajdzie się około 60 sklepów, m.in.: hiszpańska marka Mango, Springfield, Mayoral, Woman Secret, Gutteridge, a także

### CITYLAND MALL

to połączenie dwóch światów: oryginalnej rozrywki z prawdziwymi cudami natury

wpisuje się w europejską wizję współczesności, mniej ekstrawaganckiej i bardziej zrównoważonej. Tym, co przyciąga wzrok, jest otwarcie centrum do wewnątrz, skupienie uwagi na jeziorze, dającym poczucie spokoju i harmonii. W przeciwieństwie do Dubai Square czy American Dream Miami, gdzie komercja rozwinięta będzie na najwyższym światowym poziomie, w Open Sky oferta będzie skromniejsza, co może wynikać z tradycji lokowania w Europie ekskluzywnych marek nie w centrach handlowych, a na ulicach miast.

Najnowocześniejsze obiekty handlowe powstają w różnych częściach świata. Przewodnikiem jest zdecydowanie Dubaj, gdzie na niespotykaną dotąd skalę miejska komercja łączy się ze strefą poświęconą rozrywce, a nowoczesne technologie sprawiają, że rozmywa się granica pomiędzy tym, co jest wirtualne, a co realne. Pomimo tego, że celem każdego z topowych centrów handlowych jest przyciągnięcie globalnego klienta, każdy z tych obiektów musi być w pewnym stopniu lokalny. Poza oczekiwaniami ludzi, musi spełniać również oczekiwania kapitałowe, zarówno inwestorów, jak i najemców. Tym, co łączy dopiero co powstałe lub planowane obiekty handlowe najnowszej generacji, jest wyjątkowy design, ciekawe rozwiązania technologiczne, a przede wszystkim trend odwiedzania centrów handlowych w celach towarzyskich i rekreacyjnych, niekoniecznie zakupowych. To wszystko sprawia, że obiekty te mogą aspirować do bycia atrakcjami turystycznymi danych miast, a nawet, jak w przypadku Dubaju – prawdziwymi ikonami. ■



Fot. Compagnie de Phalsbourg

Fot. Workshop.re

AUTOR

Piotr Panek

Założyciel

Business Director

Workshop.re

BIO

Absolwent Politechniki Krakowskiej, Politecnico di Torino we Włoszech oraz student MBA na Uczelni Łazarskiego w Warszawie. Założyciel oraz Business Director Workshop.re. Pomaga sieciom handlowym w realizacji planów ekspansji poprzez dostarczanie wielobranżowych projektów wykonawczych i uzyskiwanie zgód na rozpoczęcie prac w centrach handlowych i retail parkach. Wymyśla rozwiązania problemów związanych z peakami projektowymi oraz obsługą inwestycji za pomocą oprogramowania BIM. Uważa, że w branży retail bardzo ważne jest myślenie systemowe. Ekscytują go procesy i praca nad strategią prowadzące do sukcesu. Pasjonuje się zastosowaniem nowoczesnych technologii w biznesie, a także sztuką współczesną.

Fot. Workshop.re

AUTOR

Piotr Wroczek

Założyciel

Project Director

Workshop.re

BIO

Absolwent Politechniki Krakowskiej i Politecnico di Torino we Włoszech. Doświadczenie zawodowe zdobywał w renomowanych biurach projektowych. Założyciel oraz Project Director Workshop.re. Pomaga sieciom handlowym w realizacji planów ekspansji poprzez dostarczanie wielobranżowych projektów wykonawczych i uzyskiwanie zgód na rozpoczęcie prac w centrach handlowych i retail parkach. Stawia na rozwój firmy w oparciu o zgrany zespół specjalistów z branży retail, którzy realizują cele umożliwiające otwarcie kolejnego nowego sklepu w Polsce i regionie CEE co 3 dni. Jest zdania, że to obiekty handlowe najlepiej odzwierciedlają możliwości i ambicje społeczne, dlatego współtworzenie ich jest tak ekscytujące. Pasjonuje się zagadnieniami z pogranicza technologii, biznesu i designu.