



**Big Fashion, Belgrád**

Fotó: Itay Sikolski

# OKOSPLÁZÁK ÉS JÖVŐTUDATOS ÉPÜLETEK

*Újgenerációs bevásárlóközpontok trendjei a kelet-közép-európai régióban.*

SZERZŐ: **BENE ZSÓFIA**

**K**elet-Közép-Európában 2019–2020-ban 4,4 millió négyzetméternyi új pláza átadása várható, amelyek okos megoldásokkal, modern dizájnnal és növekvő méretű közösségi terek kialakításával válaszolnak a 21. századi kereskedelem kihívásaira. A régió kiemelt plázáinak példáin nyomon követhetjük az elmúlt két-három év legfontosabb változásait: a tallinni T1, a budapesti Etele Plaza és a belgrádi Big Fashion bevásárlóközpontok építészeti megoldásai és egyedi szolgáltatásai új fejezetet nyitnak a régió plázáinak történetében.

## PLÁZAEVOLÚCIÓ ÉS NEMZETKÖZI FEJLESZTÉSI TRENDEK

Hazánkban és a régióban az 1970-es évek közepén jelentek meg az üzletközpontok. A Skála áruházak vagy a Flórián üzletház voltak az elsők – majd a rendszerváltás után kezdtek épülni a nagyobb kereskedelmi központok. Magyarországon 1996-ban nyílt meg az első modern pláza, a Duna Plaza (és azzal szinte egy időben a Pólus Center), amely az egyedi szolgáltatások és közösségi terek bővítésével jelentősen különbözött a korábbi áruházak elsősorban üzletközpontú fókuszától. A legújabb beruházások tovább bővítik a pláza fogalmát: olyan vegyes funkciójú épületek lesznek, ahol a flexibilisen alakítható terek, minőségi szabadidő eltöltésére alkalmas helyszínek és a digitális technológia széles körű integrálása új léptéket nyit a plázák fejlesztésében.



**Big Fashion, Belgrád**

Fotó: Itay Sikolski

## PLÁZATRENDEK A RÉGIÓBAN

A kelet-európai országok közül tavaly Törökországban és Oroszországban zajlott a legaktívabb plázaberuházás; előbbinél több mint 500 ezer négyzetméternyi új bevásárlóközpont nyílt meg, utóbbinál 440 ezer négyzetméternyi. A Cushman & Wakefield 2019-es elemzéséből az is kiderül, hogy a régió többi országában – Bulgáriában, Csehországban és Szlovákiában – a bevásárlóközpontok fejlesztése stabil tendencia.

A legújabb kutatásokból kimutatják, hogy a korábbi, vásárlóközpontú hozzáállás helyett ma már sokan a személyre

szabott élményszerzés céljából látogatják a plázákat. Az Euromonitor aktuális felmérése rámutat arra, hogy az európai fogyasztók átlagosan több mint egyharmada inkább élményekre, mint tárgyakra költi a pénzét. A McKinsey és az International Council of Shopping Centers frissebb elemzése is kiemelik, hogy a szabadidő eltöltésére alkalmas közösségi tér funkciójára egyre nagyobb igény mutatkozik. A plázák eddigi 70-30-as bérelt / közösségi tér aránya 60-40-re, később pedig akár 50-50 százalékra is változhat.

## **INNOVATÍV HOMLOKZAT ÉS ZÖLD KÖZÖSSÉGI TEREK A JÖVŐTUDATOS PLÁZAÉPÜLETEKBEN**

A bevásárlóközpontok sajátossága, hogy az épületek külső homlokzata tömör felületekkel rendelkezik. A kirakatok és az üzlethelyiségek bejáratai a belső közlekedési folyosókra

néznek, ezért az épületeken általában nem találunk változatos homlokzati elemeket. Ennek köszönhetően sokszor nagy kiterjedésű, ingerszegény felület jön létre, amely városépítészeti szempontból hátrányos megjelenést ad az adott pláznak. Az elmúlt időszakban terjedt el a skinépítéssel, amely a monoton felületek helyett látványos homlokzati alakításokra kínál lehetőséget. Az épület külseje egy izgalmas hártát, burkolatot kap, amely lényegesen eltér a korábbi sematikus megjelenésektől. A skinépítéssel egyik zászlóshajója a 2003-ban épült, Jan Kaplický által tervezett, birminghami Selfridges pláza épülete, míg hazánkban a legújabb ilyen bevásárlóközpont az Etele Plaza lesz. Az Etele Plaza, a T1 és a Big Fashion tervezői kiemelt figyelmet fordítottak a multifunkcionális terek kialakítására is, amelyben kulcsszerepe van a jövőtudatos – a későbbi fogyasztói trendek változására reagáló – tervezésnek. A Ran & Morris épí-

### **T1 Tallinn, Tallinn**

Fotó: Tiit Veermae



tészei szerint a találkozás és a rekreáció élménye szerves része az új generációs plázáknak. A minőségi közösségi terek kialakítását és a látogatók jóllétét tartják szem előtt a Paulinyi & Partners munkatársai is, akik ideális környezetet teremtenek üzleti és baráti találkozóknak. A korábban épült bevásárlóközpontokhoz képest az Etele Plaza közösségi tereiben egyre több természetes fény és zöld felület járul hozzá a látogatók kellemes időtöltéséhez. A pláza fejlesztője (Futureal Group) változatos szórakoztatóegységeket és széles választékú food courtot is kínál a jövőbeli vásárlóknak.

Az Etele Plaza tervezése során fontos szempont volt az energiahatékony megoldások kialakítása. Növelt napvédelemmel ellátott, többrétegű hőszigetelt üvegezés készül a káros besugárzás mérséklésére. Hőszivattyús rendszerű hűtőgépek segítségével az épület a külső térből nyeri az energiát. A tervezők kiemelt célja volt az alapigények és a

környezeti igénybevételek mérséklése. A homlokzatra készült, emelt hőszigetelésű panel a kötelezően előírt mértékben felül csökkenti a hőszigetelést és a hővesztésüket. Emellett a háromszintes telepített zöld felület kiválóan véd a túlmelegedés ellen, és csökkenti a városi hősziget kialakulásának veszélyét. A hazai előírásoknál szigorúbb nemzetközi környezetvédelmi minősítési rendszer szerint szervezik a hulladékkezelést, a zöld felületeken összegyűlő zöldhulladékot pedig komposztálják. Mindhárom plázában harmonikus egységben jelennek meg a különböző funkciók. Puha, lágy formák jellemzik a belső tereket, ám ami még fontosabb, hogy flexibilis, könnyen alakítható rendszerben fejlesztették őket. Ezek az épületek nyitottak a jövőbeli kihívásokra, már a tervezés során integrálják az épületek átalakításának lehetőségét, és ettől válnak maximálisan fenntarthatóvá a következő generációk számára is.



**T1 Tallinn, Tallinn**

Fotó: Tiit Veermäe

## AZ E-KERESKEDELEM KIHÍVÁSAI – DIGITALIZÁCIÓ ÉS OKOS MEGOLDÁSOK A VÁSÁRLÓI ELÉGEDETTSÉG BIZTOSÍTÁSÁRA

A kiskereskedelem digitális kihívásai nem feltétlenül jelentenek rossz hírt a bevásárlóközpontoknak. Éppen ellenkezőleg, új lehetőségeket adhatnak a plázáknak a fogyasztókkal való kapcsolatteremtésre. Akár a bevásárlóközpont látogatása előtti vagy utáni időszakra is kiterjedhet a kommunikáció: hűségprogramokkal, közösségi oldalak különleges kínálatával hatékonyabban megoszthatják a vásárlókkal a pláza aktuális akcióit, rendezvényeit, személyre szabott ajánlatait.

A vásárlói elégedettség javítását tartották szem előtt a Budapest „nyugati kapujában”, Kelenföldön épülő első okospláza, az Etele Plaza tervezői is. A legfejlettebb helymeghatározó és navigációs rendszer alkalmazásának köszönhetően például drasztikusan csökken a parkolás-helykeresés-fizetés folyamata. Egy rendszámfelismerő telefonos applikáción keresztül – akár fizikai jegy váltása nélkül – gyorsan és egyszerűen használhatják majd a vásárlók az 1300 férőhelyes parkolót. Mindezek mellett a plázaapplikáció megkönnyíti az

üzletek és szolgáltatások megtalálását, valamint személyre szabott kedvezményeket és ajánlatokat kínál a felhasználóknak.

Szintén sok időt megspórolhatnak parkolás után a tallinni T1 bevásárlóközpontba látogatók a Find my Car típusú applikáció segítségével. A telefonos alkalmazásnak köszönhetően a legnagyobb parkolókból is könnyedén megtalálhatjuk autónkat anélkül, hogy órákat bolyonganánk az emeletek között.

## A PLÁZA, MINT VÁROSSZERVEZŐ ERŐ

A kereskedelem átalakulása, a fokozott online vásárlás jelensége természetesen nagy hatással van a bevásárlóközpontokra is. A külvárosi, kizárólag autóval megközelíthető plázák könnyen szellemépületekké válhatnak, hiszen megfelelő közlekedési hálózatok hiányában a vásárlók előnyben részesítik a frekvenciált helyszíneket vagy éppen az otthoni vásárlást.

A lokáció kiemelt szerepét szem előtt tartva készült Ésorszag egyik legnagyobb plázafejlesztése is, az Antonio Lavieri által tervezett tallinni T1 épülete. A 2018-ban meg-

### Etele Plaza, Budapest

Látványterv: Paulinyi & Partners





nyílt bevásárlóközpont a reptértől alig két kilométer távolságra található, de villamossal, busszal és vonattal is érkezhetnek az odalátogatók.

A Pauliny & Partners tervei alapján épülő Etele Plaza Budapest egyik legforgalmasabb csomópontjában, Kelenföld városrészben helyezkedik el. Három villamos és egy metró végállomása, vasútállomás, helyközi és távolsági buszok megállója, valamint autópályák közvetlen leosztói is mind ezen a területen összpontosulnak.

2017-ben nyitotta meg kapuit a Ran & Morris Architecture belsőépítészeti tervei alapján épült Big Fashion, amely a Duna mentén helyezkedik el, és busszal, illetve villamossal is könnyen elérhető Belgrád belvárosában.

Mindhárom épületre jellemző, hogy nem csupán kiválóan megközelíthető, hanem egy-egy integrált fejlesztési projekt

## **Etele Plaza, Budapest**

Látványterv: Group Dyer

részeként is funkcionálnak. A bevásárlóközpontok város-szervező erővel is bírnak, hiszen a környéken található irodákkal, szállodákkal, lakóépületekkel közösen egy multifunkcionális, változatos igényeknek megfelelő városrészt hoznak létre.

A plázáknak továbbra is kiemelt szerepük van a városköz-pontok lakói számára, azonban már nem monofunkciós üzletközpontokként, hanem fogyasztóorientált, élményt nyújtó szolgáltatói helyszínekként.