



Centrum handlowe Arkadia w Warszawie od momentu osiągnięcia wieku 10 lat poddane zostało istotnym zmianom tak, by nadać za aktualnymi oczekiwaniami klientów i zapewnić nowe funkcjonalności | Fot. RD bud

## Centra handlowe stawiają na remodeling

**To nie tylko moda, ale już stały element cyklu życia centrów handlowych: remodeling stał się kluczem do utrzymania konkurencyjności tego typu obiektów. Zagadnienie obejmujące ich modernizację, rozbudowę i przebudowę nieprzypadkowo było jednym z wiodących tematów podczas niedawnych branżowych konferencji: Shopping Center Forum 2018 oraz Drugie Życie Budynków.**

O tym, że w handlu elementy nowości i wyjątkowości są często kluczem do sukcesu, nie trzeba nikogo przekonywać. Dla centrów handlowych oznacza to nie tylko konieczność utrzymania swoich przestrzeni w doskonałej kondycji technicznej, ale również dostosowywanie ich do zmieniających się wymagań i oczekiwań konsumentów oraz najemców. W takiej sytuacji budynki projektowane 15-20 lat temu stają przed poważnymi wyzwaniami, na które odpowiedzią okazuje się być właśnie remodeling.

### Nowe funkcje, nowe wyzwania

Określenie „handlowe” nie wystarcza dziś już do opisu funkcji omawianych obiektów. Można raczej stwierdzić, że są to centra „lifestylowe”, od których odwiedzający oczekują nie tylko możliwości zrobienia zakupów, ale kompleksowej oferty zagospodarowania czasu. Rozrywka, wypoczynek, a nawet oferta kulturalna, tu narzuca się użycie niedawno ukutego terminu leisuretainment – wszystko to zyskuje ogromny wpływ na to, jak postrzegane jest dane centrum. Do tego dochodzi rozwój technologiczny oraz trendy architektoniczne, wraz z tak istotnymi ostatnimi czasy aspektami ekologicznymi. Dlatego z punktu widzenia życia budynku, w konkurencyjnym otoczeniu, cykliczna modernizacja, rearanżacja czy rozbudowa są

warunkiem utrzymania silnej pozycji rynkowej. Konieczność inwestycji w istniejące centra handlowe – nie tylko te pierwszej generacji – była jednym z ważniejszych tematów poruszanych podczas największego spotkania rynku centrów handlowych w regionie CEE – Shopping Center Forum, w którym udział wzięło ponad 1883 uczestników, w tym około 500 przedstawicieli zarządów sieci handlowych i innych najemców centrów handlowych oraz 80 partnerów i wystawców.



Targi Shopping Center Forum 2018 | Fot. RD bud

*– Potrzeba remodelingu wynika po pierwsze z tego, że istniejące już centra w naturalny sposób zużywają się jako obiekty budowlane. I po drugie, starzeją się wizerunkowo i koncepcyjnie, ze względu na zmieniające się mody, preferencje i oczekiwania konsumentów. Remodeling to opcja, która pozwala zachować atuty takie jak atrakcyjne położenie nieruchomości czy zdobyta renoma, a jednocześnie w przemyślany sposób zainwestować w tak ważny w biznesie rozwój i dostosować się do zmieniającej się rzeczywistości, a często także kreować jej*

*standardy* – wyjaśnia Wioletta Fabrycka, Client Relations Manager w wystawiającej się podczas Shopping Center Forum firmie RD bud, która w portfolio ostatnich lat ma kilka poważnych projektów remodelingowych zrealizowanych w roli Generalnego Wykonawcy.

### Klient nasz p(l)an

Kiedy więc i w jaki sposób zaplanować remodeling centrum handlowego? Praktyka pokazuje, że procesowi mogą być poddawane nawet budynki 5-letnie, choć z reguły jest to okres dłuższy, zależny m.in. od liczebności i kondycji konkurencji. Niezależnie od tego, czy inwestycja zakłada rozbudowę centrum czy przebudowę istniejących przestrzeni, aktualne trendy pokazują rosnące znaczenie stref wypoczynkowych i gastronomicznych, w których goście spędzają coraz więcej czasu.

Uczestnicy SCF 2018 mogli także usłyszeć o zmieniających się przyzwyczajeniach konsumenckich związanych z dynamicznym rozwojem technologii. Digitalizacja handlu jest bowiem coraz bardziej widoczna w przestrzeniach centrów handlowych, wpływając na wygląd sklepów czy model obsługi. Za przykład mogą tu posłużyć pierwsze sklepy łączące sprzedaż internetową ze stacjonarną, a także wykorzystujące multimedialne kioski do sprzedaży produktów.

### Najpierw pomysł, potem realizacja

Przemyślana koncepcja remodelingu to jednak dopiero pierwszy krok do sukcesu. Kolejnym wyzwaniem jest proces realizacji. – *Operacja przebudowy musi być szczegółowo zaplanowana i skutecznie przeprowadzona, ponieważ z reguły prace toczą się na działających obiektach. Generuje to dodatkowe koszty związane z utrudnieniami dla gości, a często i wyłączeniem całych obszarów centrum z użytku, przez co nie mogą one generować przychodów. Dlatego sprawnie przeprowadzony remodeling to także ograniczanie kosztów*

takiej inwestycji – wyjaśniła Wioletta Fabrycka uczestnikom konferencji Drugie Życie Budynków w trakcie prowadzonego przez nią panelu „Giving building a new life”. Zwracała również uwagę, że wyzwaniem jest m.in. podwójny transport materiałów – nowych i tych pochodzących z rozbiórki. Oprócz logistyki często trzeba także mierzyć się z koniecznością uzupełniania niepełnej lub niedokładnej dokumentacji technicznej obiektów, a także zachowaniem zgodności z wymogami prawnymi dotyczącymi bezpieczeństwa, ochrony przeciwpożarowej czy energooszczędności.



Panel dyskusyjny „Giving building a new life” podczas konferencji Drugie Życie Budynków | Fot. RD bud

Efektywność energetyczna oraz ekologia były podczas branżowych konferencji często wymieniane jako kluczowe kwestie, które, oprócz komfortu użytkowników, wyznaczają kierunki remodelingu. Stąd coraz więcej uwagi poświęca się recyklingowi materiałów stanowiących odpady po przebudowie obiektów. Również takie działania jak modernizacja systemów wentylacji, klimatyzacji czy oświetlenia mogą poprawiać zarówno samopoczucie korzystających z centrów handlowych osób, jak i wpływać na obniżenie kosztów funkcjonowania i poprawę proekologiczności obiektów.

– Wybór ostatecznego zakresu i formy remodelingu zależy zawsze od wielu czynników, zaczynając od tak oczywistych jak budżet, przez zmieniające się normy i przepisy, aż po ewoluujące zachowania konsumenckie – wylicza Eric Agnello, Dyrektor Generalny RD bud. – Z perspektywy generalnego wykonawcy to zawsze wyjątkowo skomplikowane przedsięwzięcie logistyczne i organizacyjne, ale jednocześnie bezcenne doświadczenie, które wykorzystujemy przy kolejnych projektach i którym możemy dzielić się podczas wydarzeń takich jak Shopping Center Forum i konferencja Drugie Życie Budynków.

[www.rdbud.com](http://www.rdbud.com)

RD bud jest firmą budowlaną działającą w zakresie generalnego wykonawstwa. Wywodzi się z francuskiej, niezależnej grupy budowlano-deweloperskiej [Rabot Dutilleul](http://Rabot-Dutilleul), która od blisko 100 lat rozwija swoją ofertę na rynku światowym. W Polsce firma RD bud funkcjonuje od 1997 roku. Działalność RD bud obejmuje przede wszystkim realizacje „pod klucz” hoteli, biurowców, obiektów przemysłowych i logistycznych, centrów handlowych, stacji serwisowych czy salonów sprzedaży. W portfolio spółki znajdują się także liczne renowacje, w szczególności centrów handlowych. Firma działa w obrębie całego kraju, a od 2012 r. także w Niemczech. Wszystkie inwestycje prowadzone są z myślą o pełnej satysfakcji klientów, z dbałością o ochronę środowiska naturalnego i wysoką jakość świadczonych usług. Wdrażając najwyższe standardy, firma uzyskała certyfikat Systemu Zarządzania Jakością zgodnego z wymogami normy ISO 9001:2008.