



*Achieve  
Ambitions*

# *Potencjał* ulic handlowych w centrum Warszawy

Badanie uwarunkowań, potencjału i  
wstępna koncepcja rozwoju

29 maja 2019

**ReDI**  
CONFERENCE + EXHIBITION





# Czym właściwie jest ulica handlowa?

Rodzaje ulic handlowych: Reprezentacyjne • Luksusowe • Pozostałe





## Typowe cechy ulic reprezentacyjnych

# Czym właściwie jest ulica handlowa?

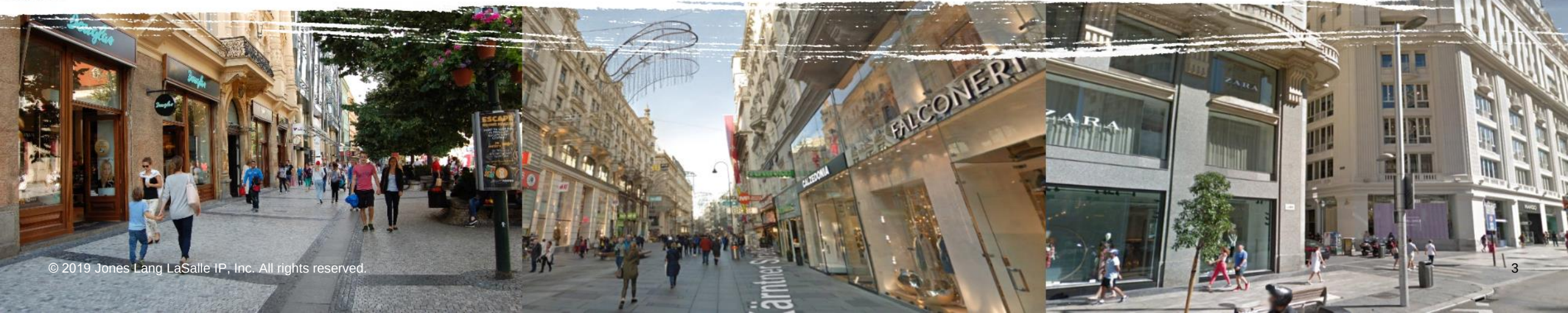
- Wysoki footfall
- Bezpośredni dostęp do komunikacji publicznej
- Lokalizacja w centralnym obszarze w pobliżu znacznej liczby miejsc pracy

## Rodzaje ulic handlowych: Reprezentacyjne • Luksusowe • Pozostałe

- Lokalizacja w historycznym obszarze charakteryzującym się atrakcyjną architekturą
- Bliskość atrakcji turystycznych / ważnych punktów
- Przeciwnieństwo miejsca spokojnego na relaksujący spacer. Ulica handlowa to miejsce ruchliwe, wielkomiejskie, pełne zgiełku.

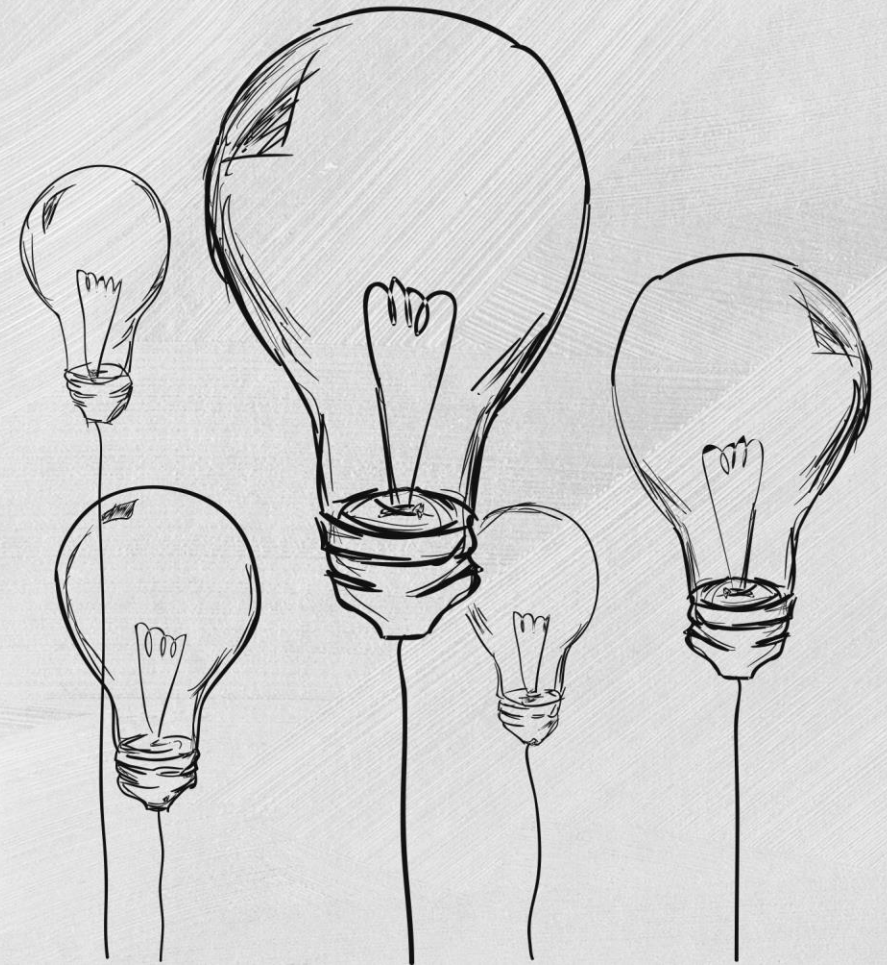
## Profil odwiedzających

- Przypadkowy
- Dojeżdżający do pracy / szkoły
- Kupujący spontanicznie
- Bez sprecyzowanego celu zakupowego



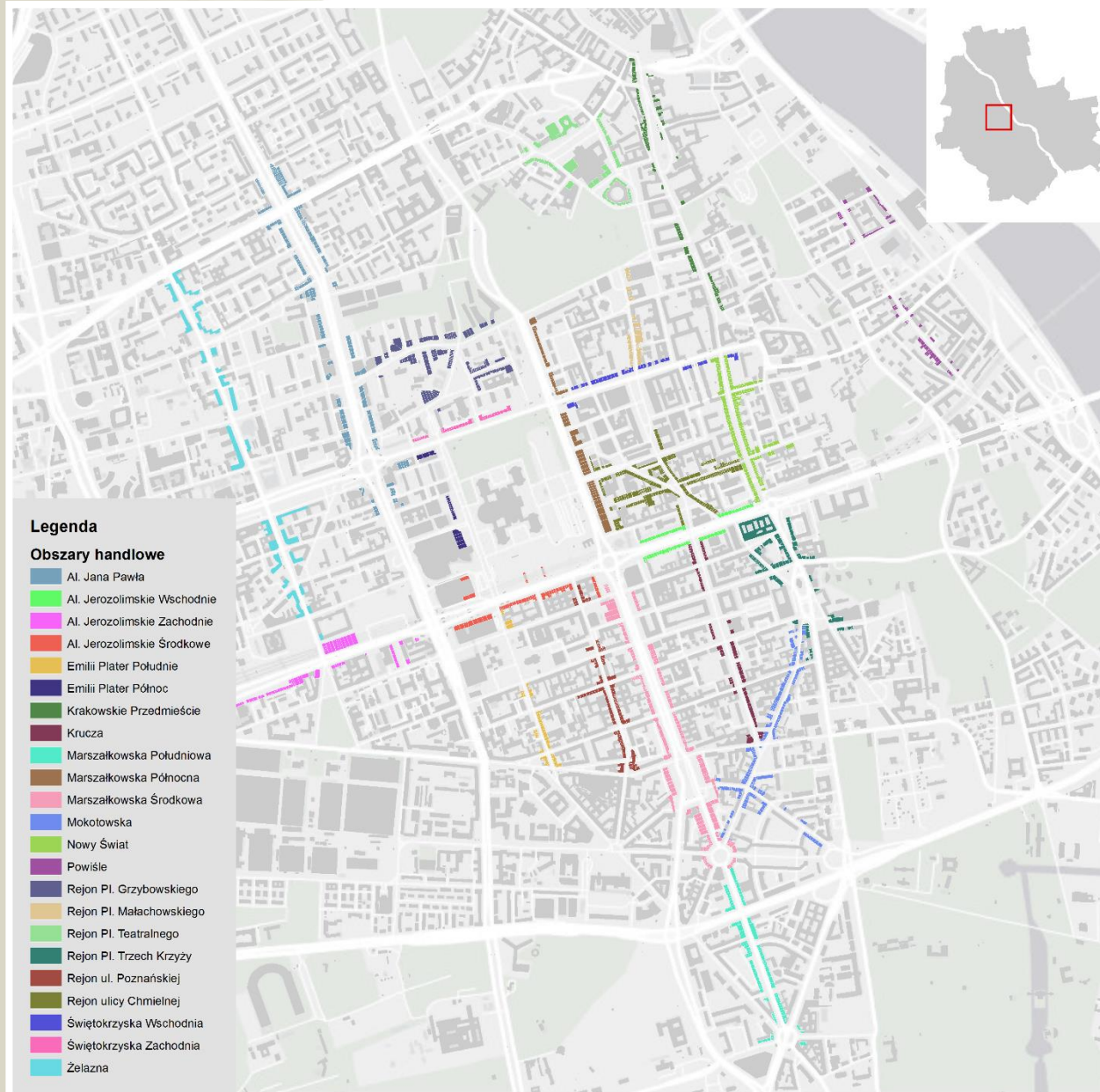


- ➔ Zidentyfikowanie obszarów o potencjale handlowym
- ➔ Wskazanie obszaru pilotażowego
- ➔ Przeprowadzenie badania konsumenckiego
- ➔ Przeprowadzenie badania sieci handlowych
- ➔ Pomiar potoków pieszych oraz jakości przestrzeni publicznej
- ➔ Wstępna koncepcję rozwoju wybranych ulic handlowych



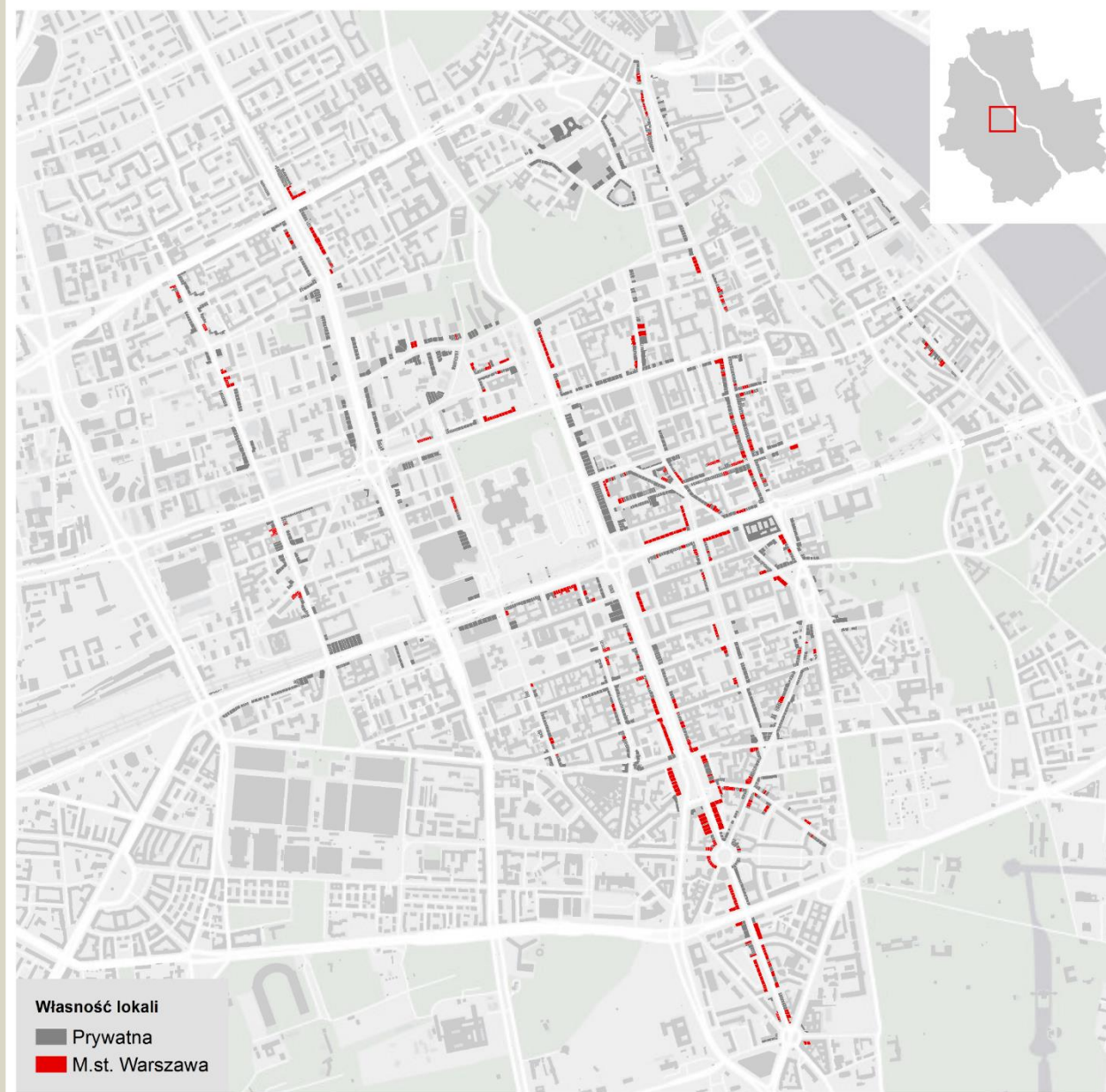


# Inwentaryzacja



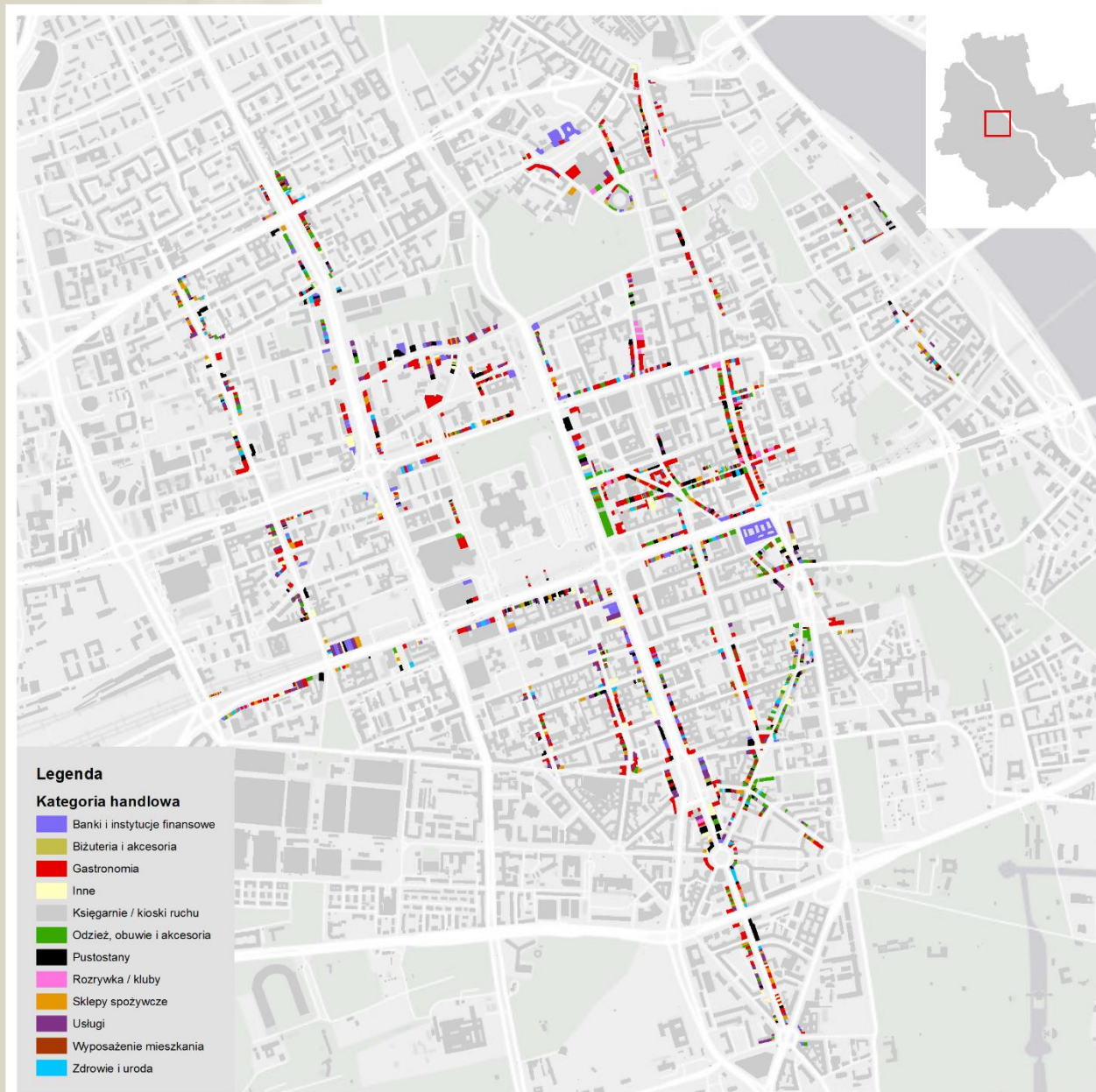


# Inwentaryzacja





# Inwentaryzacja





# Inwentaryzacja



## *Podsumowanie badania terenowego*

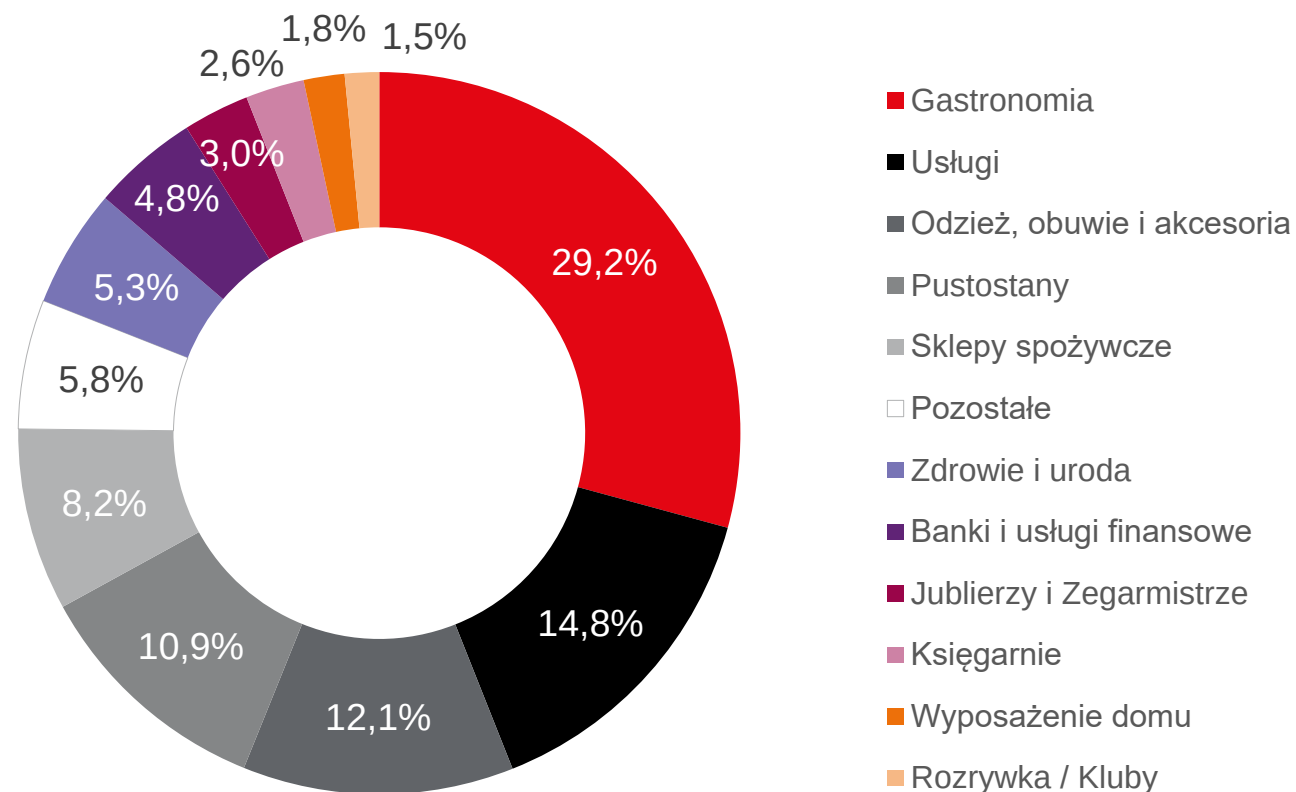
**2 019** lokali handlowo-usługowych

**470** Lokali należących do miasta (23%)

**63 400 m<sup>2</sup>** całkowita powierzchnia lokali miejskich

**134 m<sup>2</sup>** średnia powierzchnia lokalu miejskiego

**272 000 m<sup>2</sup>** estymowana całkowita powierzchnia handlowa badanych obszarów



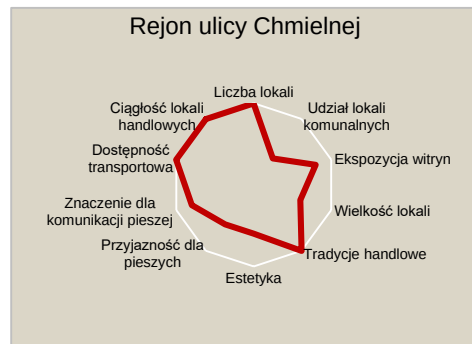
# Ocena potencjału handlowego



|                         | Liczba lokali | Udział lokali komunalnych | Ekspozycja witryn | Wielkość lokali | Tradycje handlowe | Estetyka | Przyjazność dla pieszych | Znaczenie dla komunikacji pieszej | Dostępność transportowa | Ciągłość lokali handlowych |
|-------------------------|---------------|---------------------------|-------------------|-----------------|-------------------|----------|--------------------------|-----------------------------------|-------------------------|----------------------------|
| Al. Jana Pawła II       |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Al. Jerozolimskie Środ. |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Al. Jerozolimskie Wsch. |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Al. Jerozolimskie Zach. |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Emilii Plater Płd.      |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Emilii Plater Płn.      |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Krakowskie Przedmieście |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Krucza                  |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Marszałkowska Płd.      |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Marszałkowska Płn.      |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Marszałkowska Środ.     |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Mokotowska              |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Rejon ul. Nowy Świat    |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Powисле                 |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Rejon pl. Grzybowski    |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Rejon pl. Małachowski   |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Rejon pl. Teatralnego   |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Rejon pl. Trzech Krzyży |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Rejon ul. Poznańskiej   |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Rejon ul. Chmielnej     |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Świętokrzyska Wschodnia |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Świętokrzyska Zachodnia |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |
| Żelazna                 |               |                           |                   |                 |                   |          |                          |                                   |                         |                            |

0
1
2
3
4
5

## Krótką lista obszarów



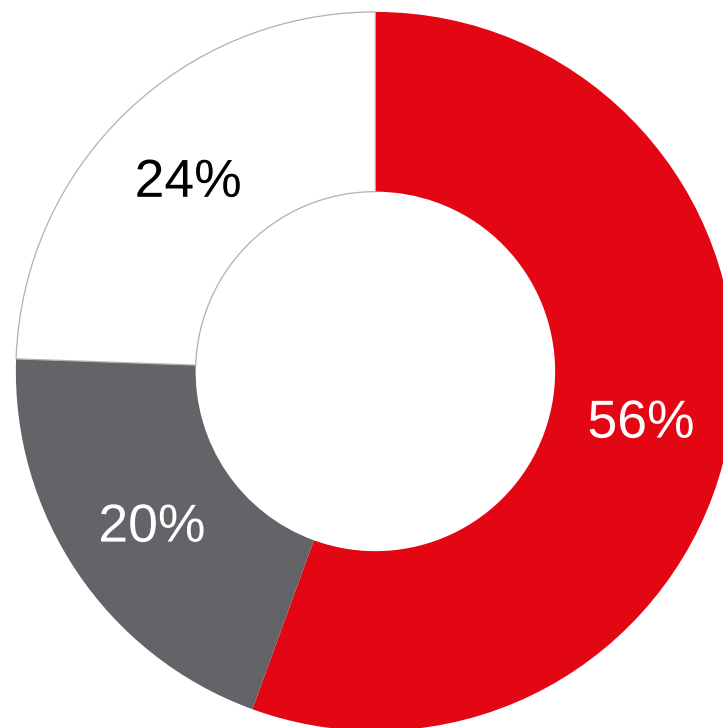


# Badanie sieci handlowych



# Badanie sieci handlowych

*Jeśli prowadzi Państwo działalność za granicą – czy w innych krajach prowadzi Państwo sklepy przy ulicach handlowych?*



■ Tak, prowadzimy sklepy przy ulicach handlowych

■ Nie, nie prowadzimy sklepów przy ulicach handlowych

□ Nie, nie prowadzimy działalności za granicą



# Badanie sieci handlowych

*Jeśli nie prowadzi Państwo sklepów przy ulicach Warszawy –  
jakie są tego przyczyny?*

Negatywne doświadczenia  
Niewłaściwe otoczenie  
Brak parkingów Słaby tenant mix  
Brak ulic handlowych  
Działamy w centrach handlowych  
Strategia firmy **Brak lokalizacji**  
Słabość ulic handlowych Mały traffic  
Niskie obroty Mały ruch zimą  
Zbyt wysokie czynsze

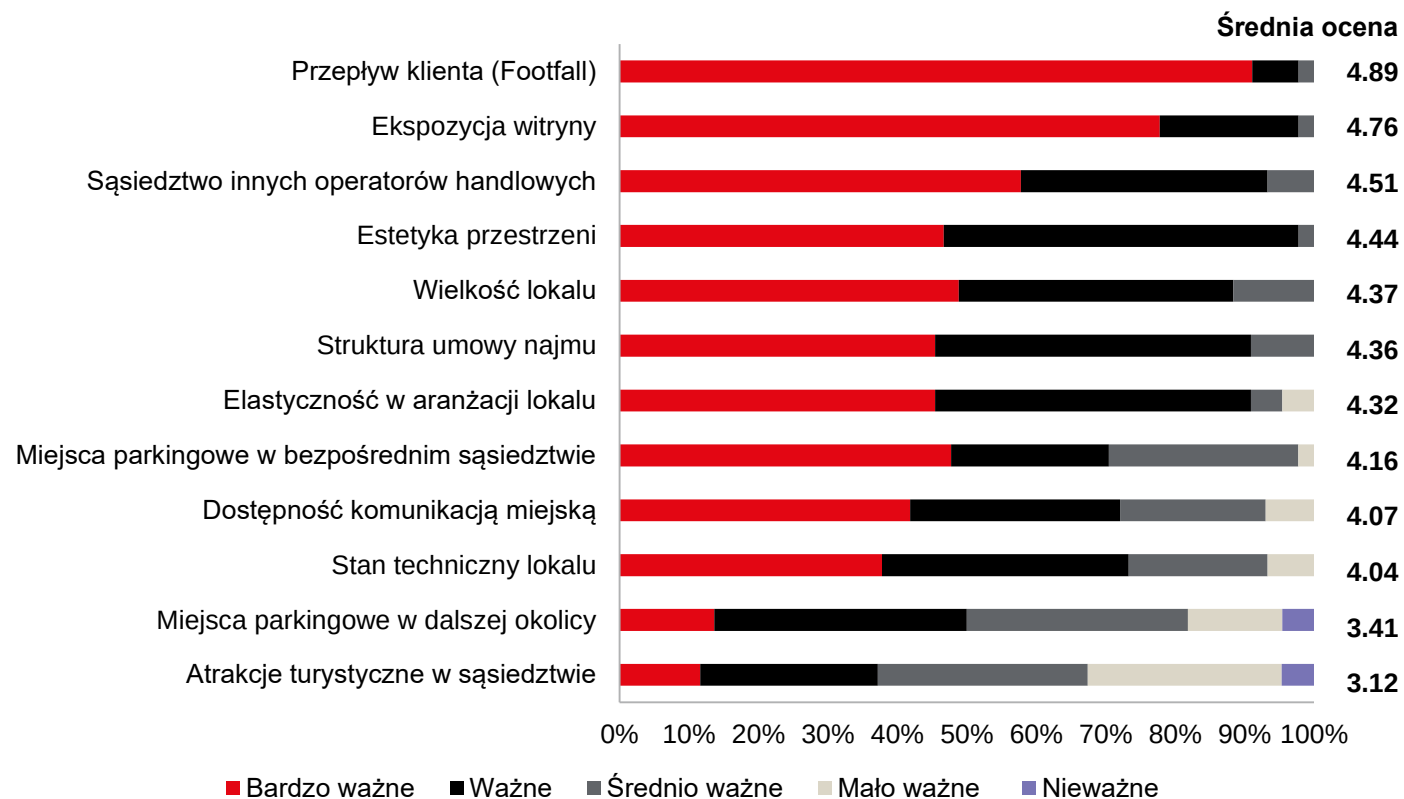
# Badanie sieci handlowych



*Jak ważne dla Państwa są następujące elementy?*

**1 – nieważne**

**5 – bardzo ważne**

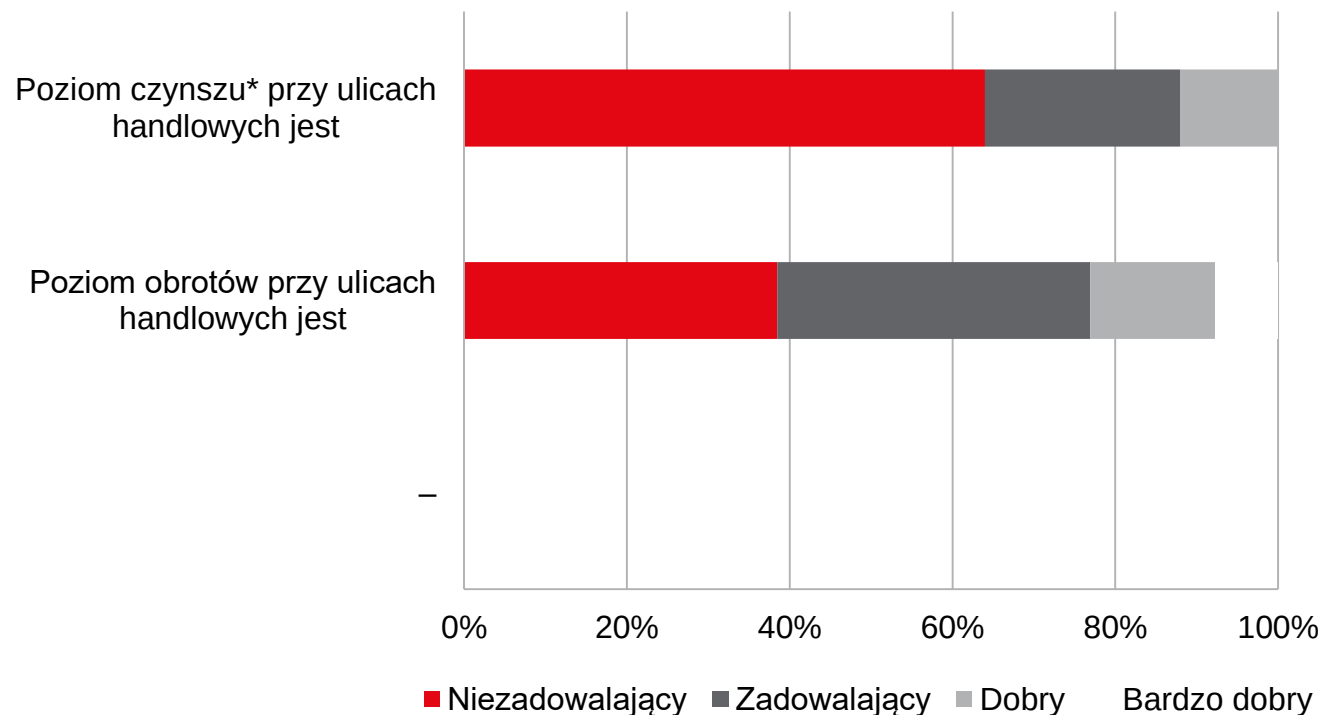




# Badanie sieci handlowych



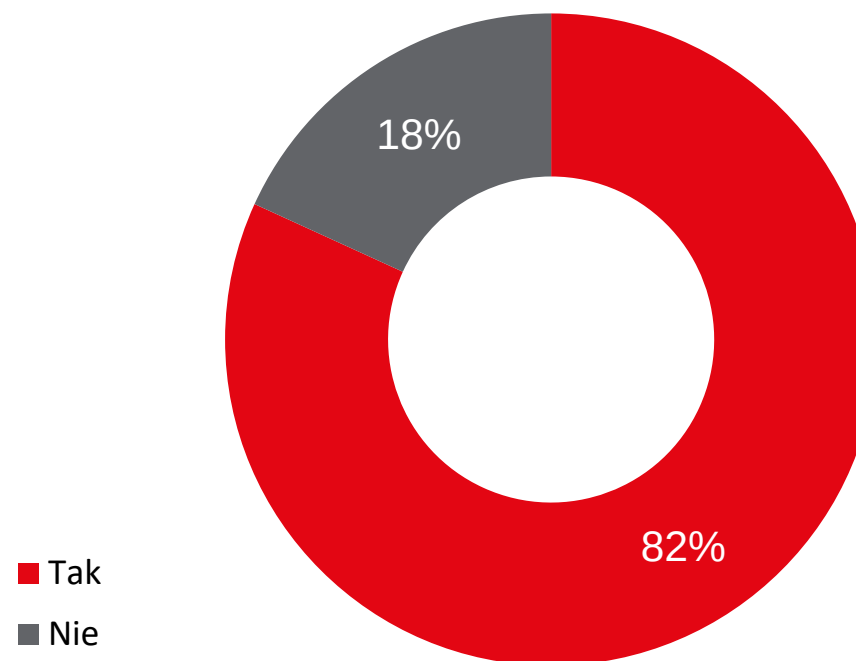
*Jeśli prowadzą Państwo sklepy przy ulicach Warszawy – czy w porównaniu do innych lokalizacji Państwa sklepów, np. w centrach handlowych:*



\*Subiektywna ocena sieci handlowych dotycząca poziomu czynszu w relacji do obrotów osiągniętych w danej lokalizacji.

# Badanie sieci handlowych

*Zakładając, że w Warszawie stworzono obszar, w którym wprowadzono szereg ułatwień i dostosowań dla prowadzenia działalności handlowej, który byłby spójnie zarządzany i przyciągnął znane marki, a w którym poziom czynszu byłby zadowalający, to czy byliby Państwo gotowi rozważyć otwarcie sklepu przy ulicy handlowej w tym obszarze?*





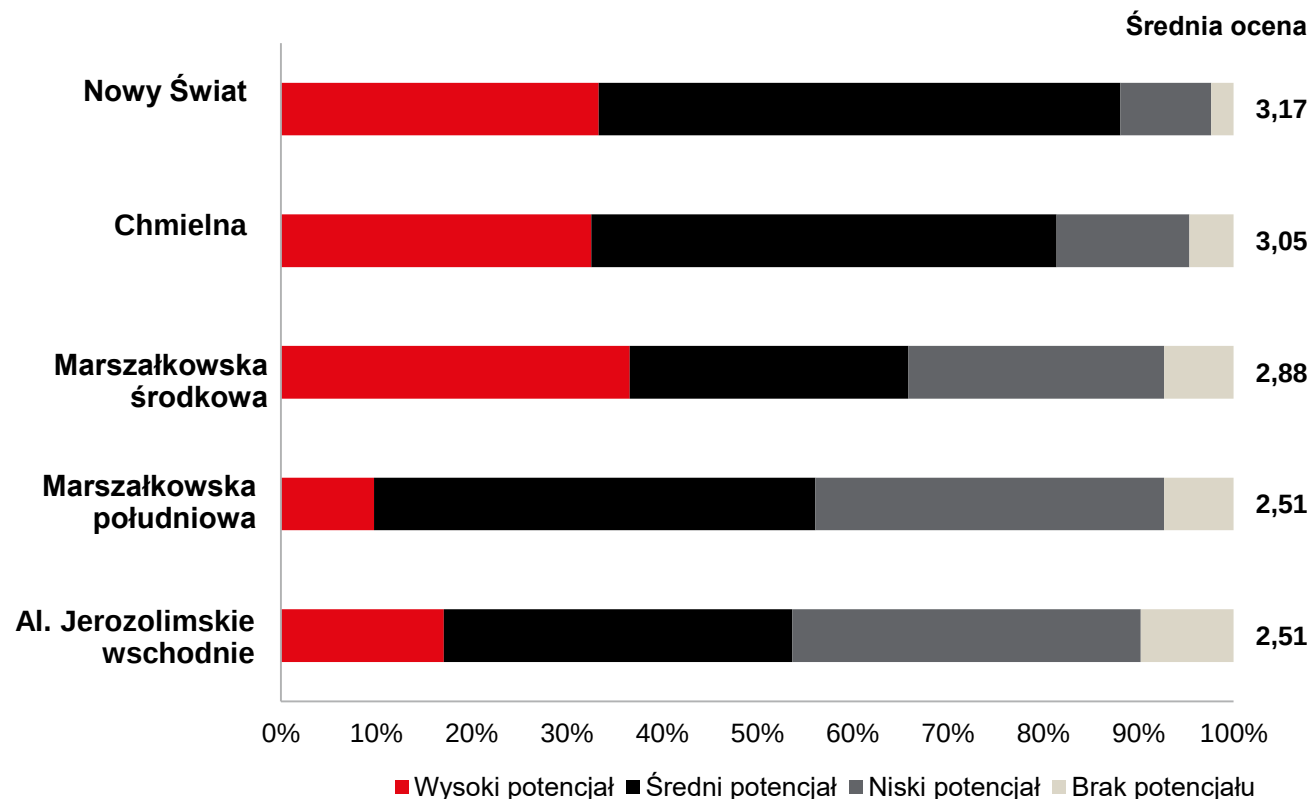
# Badanie sieci handlowych



*Który z poniższych obszarów ma według Państwa największy potencjał, aby, po wprowadzeniu kompleksowych zmian, stać się reprezentacyjną ulicą handlową Warszawy o wiodącym charakterze modowym?*

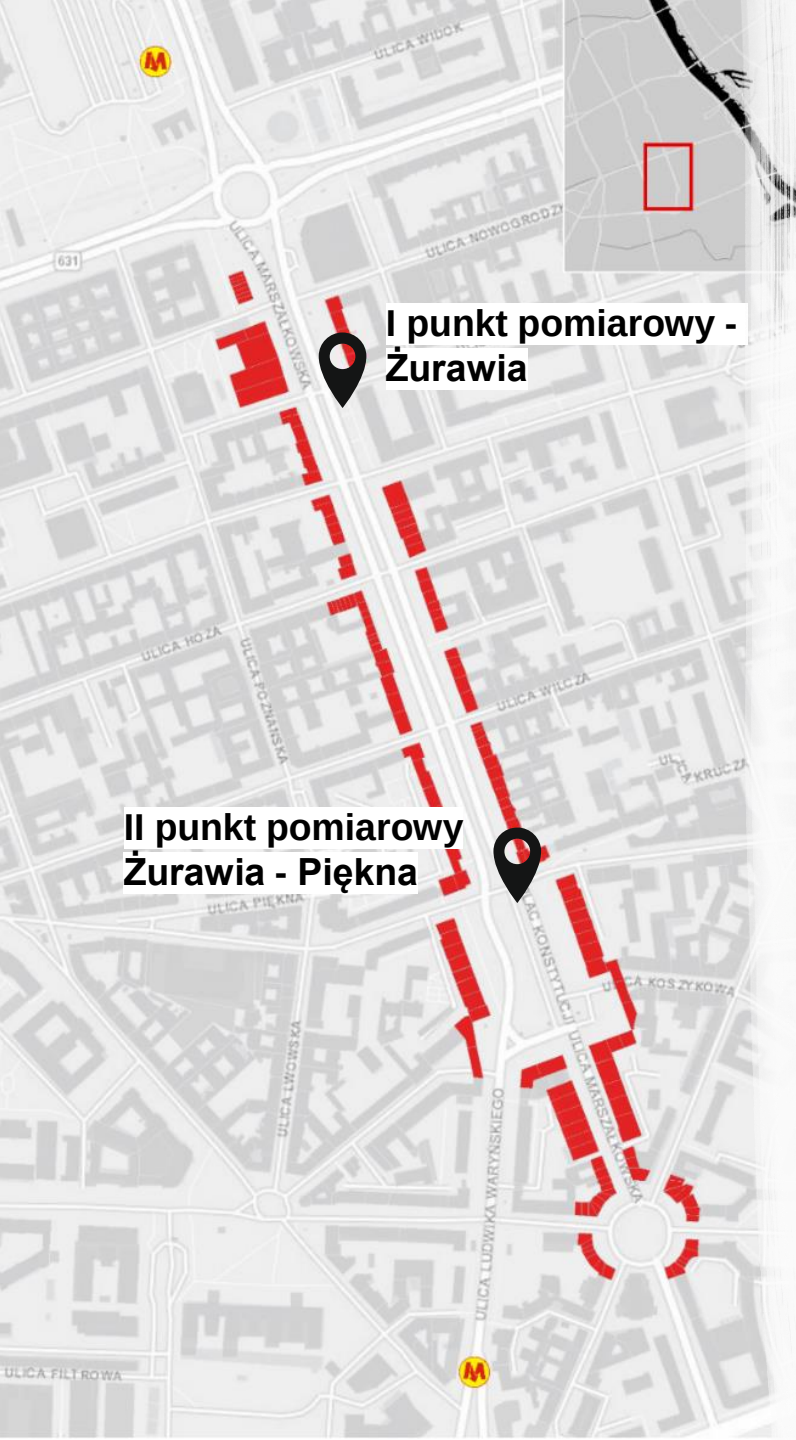
**4 – wysoki potencjał**

**1 – niski potencjał**



- **Centrum miasta** postrzegane jako miejsce spotkań i integracji
- **Cele wizyty:** spacer w miłym otoczeniu, spędzenie czasu z rodziną, wzięcie udziału w wydarzeniu kulturalnym
- **Zakupy** jako cel wizyty wskazało nieco ponad 1/3 badanych
- Oczekiwane przyznanie **priorytetu** pieszym, rowerzystom i transportowi publicznemu
- **Zaletą** ul. Marszałkowskiej przede wszystkim atrakcyjna lokalizacja. **Wadą** duży ruch samochodowy
- **Połowa badanych** widzi możliwość stworzenia ulicy handlowej także wzdłuż Al. Jerozolimskich.





## Badanie footfall

**Punkt I** 91 806 / tydzień ~ 4,8 miliona / rok

**Punkt II** 71 303 / tydzień ~ 3,7 milona / rok

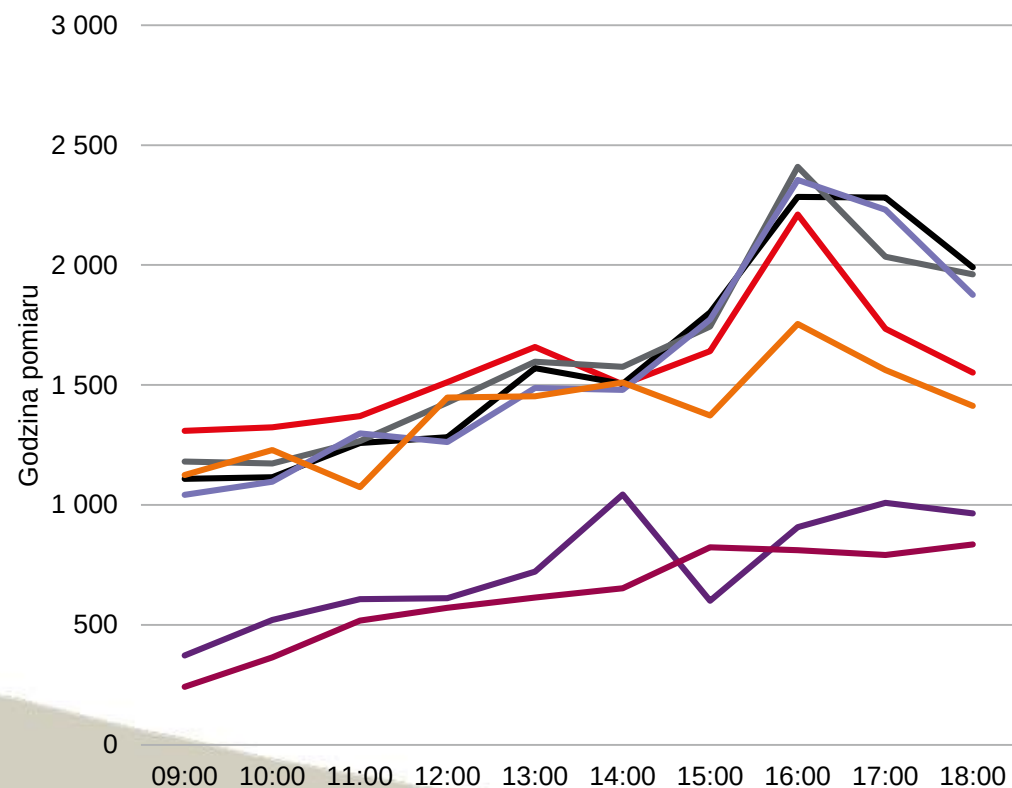
**19,1 miliona** pasażerów na stacji Centrum w 2017 r.

**21 miliona** odwiedzających rocznie Złote Tarasy

# Badanie footfall

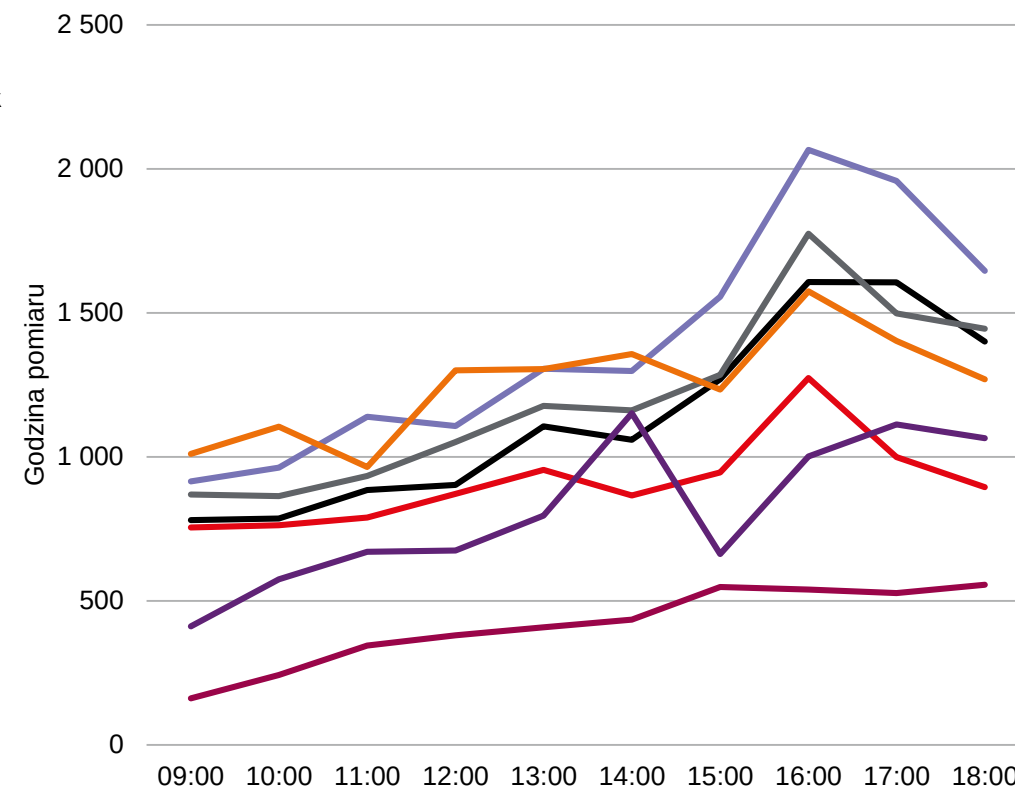


## Marszałkowska / Żurawia



## Marszałkowska / Koszykowa - Piękna

- Poniedziałek
- Wtorek
- Środa
- Czwartek
- Piątek
- Sobota
- Niedziela

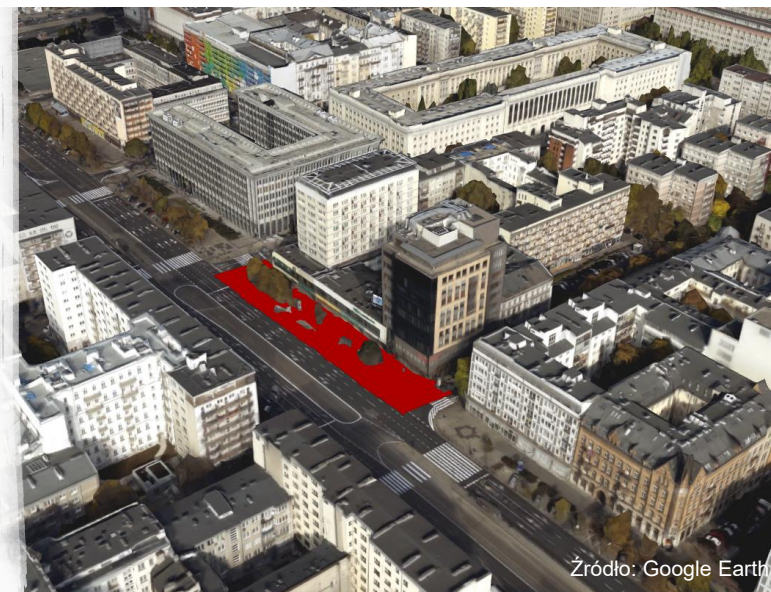


Źródło: JLL, 2018



# Badanie Aktywności Użytkowników Przestrzeni w obszarze pilotażowym

- Większość użytkowników przechodzi bez zatrzymania
- 12% zrobiło zakupy
- Nie zarejestrowano zachowań spontanicznych / swobodnych,
- Niedostępna zieleń
- Betonowa nawierzchnia nie buduje prestiżu miejsca, a granitowa kostka jest niewygodna dla wielu użytkowników
- Znikoma skuteczność słupów reklamowych
- Niewielka liczba turystów i grup
- 55% użytkowników to kobiety (60-67% w wiodących galeriach)





- 
- Rozproszona i policentryczna struktura centrum Warszawy – niewystarczająca cyrkulacja pieszych
  - Zbyt silna konkurencja dużych centrów handlowych
  - Sklepy z modą wypierane z tradycyjnych lokalizacji handlowych przez gastronomię
  - Brak ulicy o reprezentacyjnym handlowym charakterze
  - Brak spójnego wizerunku centrum Warszawy jako miejsca robienia zakupów
  - Trudności proceduralne, konserwatorskie, własnościowe
  - Wysoki udział lokali miejskich w strukturze własnościowej
  - Warunkowe zainteresowanie sieci handlowych lokalizacjami ulicznymi



# Rekomendacje



Zmiany  
urbanistyczne

Zwiększenie  
cyrkulacji ruchu  
pieszego

Nowa polityka  
lokalowa

Działania  
marketingowe

Zwiększenie  
atrakcyjności i  
estetyki  
przestrzeni



**Zmiany  
urbanistyczne**

Zwiększenie  
atrakcyjności i  
estetyki  
przestrzeni

Zwiększenie  
cyrkulacji ruchu  
pieszego

Działania  
marketingowe

Nowa polityka  
lokalowa

- Ograniczenie roli tranzytowej ul. Marszałkowskiej
- Całkowita rewitalizacja Pl. Konstytucji
- Dodatkowe przejścia dla pieszych
- Wszystkie partery przeznaczone dla handlu i usług
- Spójne zasady identyfikacji wizualnej



**Zwiększenie  
cyrkulacji ruchu  
pieszego**

Nowa polityka  
lokalowa

Działania  
marketignowe

Zwiększenie  
atrakcyjności i  
estetyki  
przestrzeni

Zmiany  
urbanistyczne

- Budowa stacji metra Pl. Konstytucji
- Dogęszczanie zabudowy w centrum Warszawy
- Podniesienie jakości przestrzeni publicznej



## Nowa polityka lokalowa

Zwiększenie  
cyrkulacji ruchu  
pieszego

Działania  
marketingowe

Zmiany  
urbanistyczne

Zwiększenie  
atrakcyjności i  
estetyki  
przestrzeni

- Szczególne regulacje dotyczące wynajmu lokali miejskich przy reprezentacyjnych ulicach
- Jakość, a nie cena decydującym czynnikiem w przetargach na wynajem
- Zarządzanie miksem najemców – wprowadzenie kotwic
- Wydłużenie okresu najmu (5+5)
- Współpraca z prywatnymi właścicielami lokali
- Relokacja innych funkcji poza obszar reprezentacyjny
- Zachęcanie do wydłużenia godzin otwarcia



**Działania  
marketingowe**

Nowa polityka  
lokalowa

Zwiększenie  
atrakcyjności i  
estetyki  
przestrzeni

Zwiększenie  
cyrkulacji ruchu  
pieszego

Zmiany  
urbanistyczne

- ➔ Kalendarz wydarzeń
- ➔ Identyfikacja wizualna obszaru
- ➔ Stworzenie szlaku turystycznego
- ➔ Wzmianki w przewodnikach turystycznych



# Rekomendacje



**Zwiększenie  
atrakcyjności i  
estetyki  
przestrzeni**

Zmiany  
urbanistyczne

Działania  
marketingowe

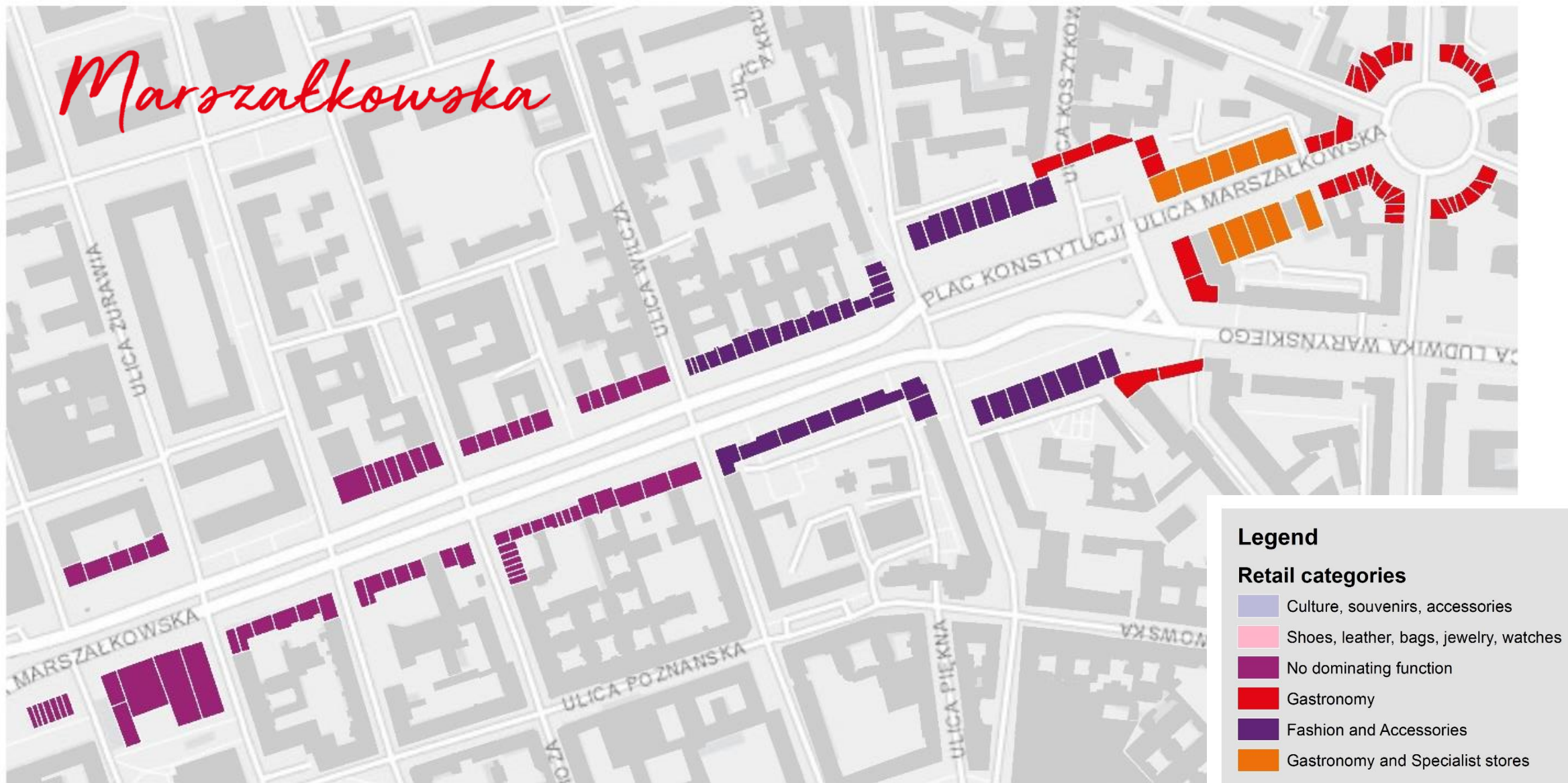
Zwiększenie  
cyrkulacji ruchu  
pieszego

Nowa polityka  
lokalowa

- ➔ Poprawa przestrzeni publicznej
- ➔ Remonty fasad budynków
- ➔ Wprowadzenie elementów kultury i sztuki
- ➔ Zadbanie o zielen

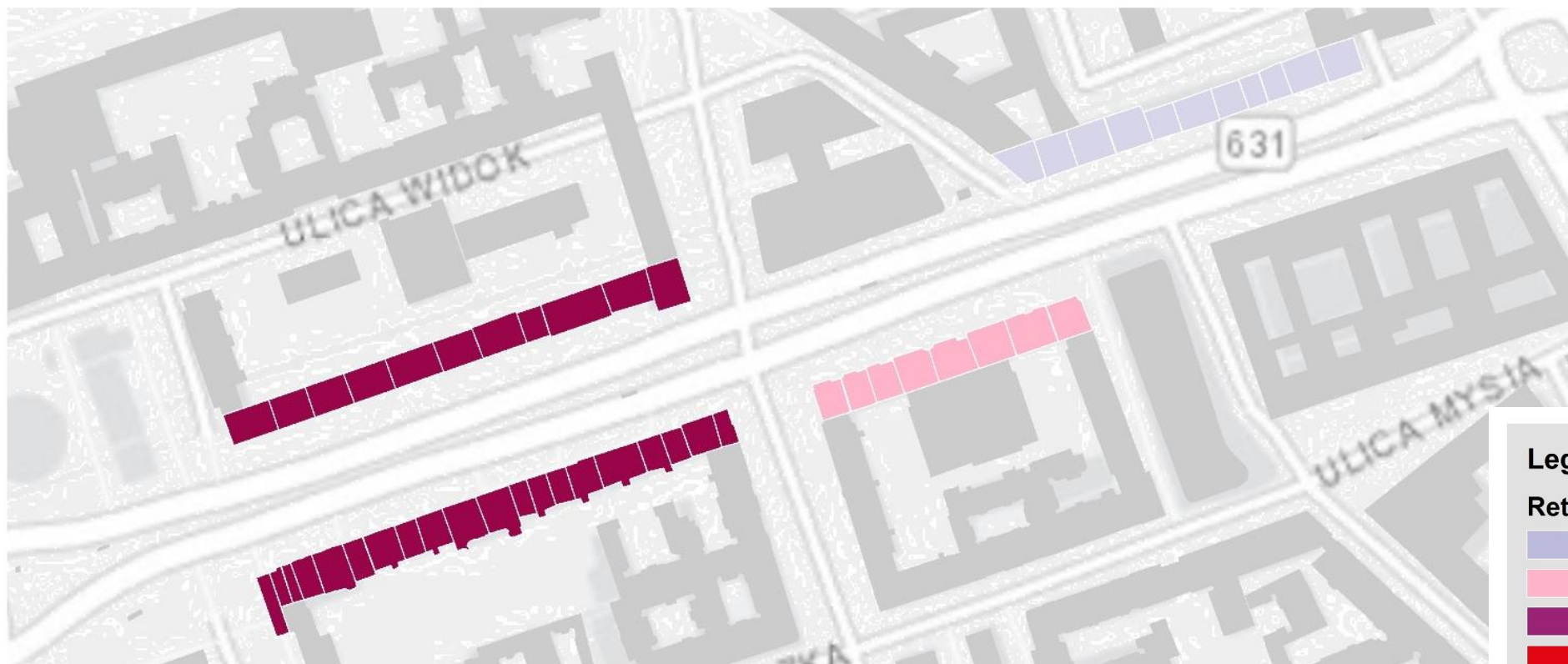


# Wstępna koncepcja handlowa obszaru pilotażowego



# Wstępna koncepcja handlowa obszaru pilotażowego

*Al. Jerozolimskie*



## Legend

### Retail categories

- Culture, souvenirs, accessories
- Shoes, leather, bags, jewelry, watches
- No dominating function
- Gastronomy
- Fashion and Accessories
- Gastronomy and Specialist stores



# *Dziękuję!*

