

Galeria Nowy Świat w Rzeszowie jest przykładem dostosowywania procesu komercjalizacji do zmieniających się na rynku trendów, co owocuje stale zwiększającą się liczbą klientów. Inwestycja w rozwój rynku usług jest efektem długofalowej strategii przy jednoczesnej elastyczności zarządcy. Ponad 20 proc. udział strefy *food & leisure* w powierzchni handlowej pozwolił centrum znaleźć się na 4. miejscu wśród top 10 galerii społecznościowych. Klienci doceniają tę różnorodność – *footfall* i obroty najemców z roku na roku rosną.



ANNA BIELEND
DYREKTOR GALERII NOWY ŚWIAT

Fot. Galeria Nowy Świat

NOWY ŚWIAT

GALERIA SPOŁECZNOŚCIOWA Z ROSNĄCĄ LICZBĄ KLIENTÓW

Aktualne trendy na rynku jasno pokazują kierunek, jakim powinny podążać centra handlowe, by jeszcze lepiej przygotować ofertę do potrzeb klientów. Jak wskazują badania konsumenckie, oczekują oni już nie tylko realizacji zakupów handlowych, ale także miejsca, które poprawia im samopoczucie, dostarcza pozytywnych wrażeń, pozwala na odpoczynek i w którym można po prostu wszystko załatwić. W realizacji długofalowej strategii rozwoju marki to właśnie te aspekty analizujemy, dobierając podmioty w procesie komercjalizacji Nowego Świata.

Zgodnie z raportem Colliers International, znaleźliśmy się na 4. miejscu TOP 10 centrów handlowych o najbardziej różnorodnej ofercie rozrywkowo-rekreacyjnej w 18 miastach. Nic w tym dziwnego – **przewidzieliśmy trend rozwoju galerii społecznościowych, czyli nieruchomości, w której funkcje handlowe nie są nadrzędne w stosunku do usług dodatkowych, takich jak oferta gastronomiczna, rozrywkowa, sportowa i kulturalna.** Dzisiaj w Nowym Świecie strefa *food & leisure*

zajmuje ponad 20 proc. powierzchni centrum. Wśród najemców branży edukacyjnej wymienić można Szkołę Języków Obcych MASTER-SCHOOL czy Szkołę Muzyczną YAMAHA. – *To, jak mocne jest zapotrzebowanie klientów na tego typu usługi pokazuje fakt, że w ubiegłym roku powstał drugi oddział Szkoły Muzycznej YAMAHA na blisko 180 m kw.* – mówi Anna Bielenda, Dyrektor galerii Nowy Świat. Klienci mogą również wybierać z szerokiej gamy usług sportowych - Klub Sportów Walki, Akademia Judo, Szkoła Rolkowa Wodzu oraz Klub Fitness Calypso. Równie rozbudowana jest także strefa rozrywkowo-kulturalna, gdzie postawiono na dywersyfikację usług. Klienci spragnieni popularnych atrakcji znanych z amerykańskiego stylu spędzania wolnego czasu zachwycą się kręgielnią Kula & Bowling Club – najnowocześniejszym tego typu projekcie w Rzeszowie i okolicy. Na powierzchni ok. 1,8 tys. m kw. znajduje się m.in. 12 torów bowlingowych, stoły bilardowe, część klubowa z dyskoteką i dwoma barami a także miejsce dla kibiców, dzięki specjalnie wydzielonej strefie zwanej *sport area*. To miejsce, które nigdy nie śpi, a oferta rozpoczyna się od wieczorków dla seniorów,

a kończy przy rytmach muzyki serwowanej przez najlepszych dj'ów. Dla amatorów bardziej wysublimowanej oferty kulturalnej przygotowano natomiast Galerię Dwa Plany. Wystawy i wernisaże, projekcje filmów dokumentalnych, spotkania z autorami oraz społeczne projekty fotograficzne realizowane pod opieką uznanych twórców angażują ambitną, rzeszowską publiczność w proces wspólnego kreowania tego miejsca. Wpisuje się to w wyznawaną przez inwestora i zarządcę centrum – Spółkę Womak Alfa z Wrocławia – zasadę społecznej odpowiedzialności biznesu. Wybieramy projekty, które wzbogacają nie tylko przestrzeń architektoniczną miast, w których inwestujemy, ale także pozwalają na rozwój kultury i sztuki. Jesteśmy pionierem otwierania się na rynek usługowy wśród galerii handlowych – to w Nowym Świecie jako pierwszej galerii w Rzeszowie powstał Punkt Obsługi Mieszkańca, czyli filia Urzędu Miasta Rzeszowa.

Jednym z celów, jakie stawiamy sobie przy komercjalizacji obiektu, która osiąga blisko 100%, jest dywersyfikacja usług.

Nowy Świat ma być miejscem, w którym można zrealizować wszystkie najpilniejsze potrzeby – pod tym kątem nie odeszliśmy daleko od oryginalnej wizji projektu – centrum handlowego codziennych zakupów. Każdy ma tutaj znaleźć coś dla siebie, a klientom zapewniamy maksymalną dowolność. Z tego względu, jako jeden z nielicznych obiektów, posiadamy nie jednego, a dwóch operatorów spożywczych: Supermarket Stokrotka i Delikatesy Frac, co zapewnia bogactwo oferty spożywczej. Rosnąca zamożność społeczeństwa zmieniła optykę patrzenia na zakupy handlowe – kupujemy więcej, wychodzimy poza standardowe zaspokajanie podstawowych potrzeb i zwracamy się w stronę lepszych marek, dekoracji i ozdób. Stąd bierze się rosnąca popularność branży wyposażenia wnętrz, której przedstawiciele są szeroko reprezentowani w Nowym Świecie przez takie marki jak Jysk, Komfort, Elitex oraz Pepco. Otworzyliśmy się także na rynek modowy, tworząc enklawę luksusowej mody kobiecej, wśród której znajdują się Tatum czy Gerry Weber. Tylko

w tym roku dołączył do nas również salon marki Monnari. Panie mogą odprężyć się po zakupach w nowym salonie pielęgnacji ciała i umysłu Good Mood, który powstał w maju tego roku na powierzchni blisko 200 m kw. Szeroką gamę sklepów uzupełniają także inni najemcy z branży odzieżowej, sportowej czy dziecięcej, a także drogerie. W myśl galerii przyjaznej rodzinom, na powierzchni prawie 300 m kw. powstała księgarnia Świat Książki, której nowoczesny koncept otworzył ją także na artykuły wykraczające poza standard, rozwijając się w kierunku multimedialnych.

– Cały czas poszukujemy nowych rozwiązań, które sprawią, że to właśnie u nas klienci będą chcieli spędzić swój wolny czas – podkreśla Anna Bielenda. – Przykładem jest tutaj wprowadzenie na rynek rzeszowski Festiwalu Food Truck, który zorganizowaliśmy pierwszy raz w 2016 roku. Za nami już V edycja, która wciąż cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem wśród społeczności Nowego Świata. Tworzymy przestrzeń przyjazną dla osób w każdym wieku. ■



Fot. Galeria Nowy Świat