

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПРОЕКТУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ЦЕНТРІВ У ЄВРОПІ

Сойма А.Р., студ. гр. А-341

Науковий керівник – Малашенкова В.О., канд. арх., доц. (кафедра Архітектури будівель та споруд, Одеська державна академія будівництва та архітектури)

Анотація. На всіх етапах свого існування одним із основних завдань будь-якого торговельного центру було залучення великої кількості покупців за допомогою різних інструментів: реклами, дизайну торгових приміщень, оформлення вітрин тощо. У ХХІ столітті, в умовах постійного зростання кількості та якості торгових мереж, а також укрупнення форматів, торговельні будинки мають наділяти свої центри дедалі вагомішими та унікальними характеристиками, щоб бути конкурентоспроможними на ринках. Однією з тенденцій, яку використовують великі європейські торговельні центри, є будівництво з унікальною та новітньою архітектурою, що виділяється на тлі одноманітної забудови.

Дюссельдорфський концерн моди «Peek & Cloppenburg» планував досягти такого ж ефекту в Німеччині, у результаті чого було зведено торговельний центр «Weltstadthaus». Ця незвичайна і певною мірою сенсаційна споруда, розташована у Кельні, була спроектована італійським архітектором Ренцо Піано (який прославився розробкою проекту 66-поверхової вежі «London Bridge Tower», що мала стати найвищою будівлею Західної Європи та реконструкцією Потсдамської площі в Берліні). Будівельні роботи вело понад 200 робітників протягом шести років – у 1999–2005 рр. Кошторис склав близько 55-ти млн. євро. Торговельний центр у Кельні – п'ятий такого формату в Німеччині та шостий у Європі.

Слід зазначити, що Ренцо Піано спроектував будівлю таким чином, щоб вона нагадувала своєю формою флагманський корабель. Будівлю ТЦ «Weltstadthaus» через обтічність форми та блакитний відтінок скління також часто порівнюють із китом. З іншого боку, представники німецького концерну вбачали у своєму новому торговельному центрі сучасну будівлю, яка в першу чергу не змагатиметься в домінантності з розташованою поруч церквою Святого Антонія, і, водночас, прозорістю та легкістю споруди контрастуватиме з рештою мікрорайону та пом'якшуватиме його повсюди повторювані прямокутні обриси.

До речі, з основних матеріалів, що застосовані в даній будівлі, це скло, дерево, камінь і сталь. Дерево, зокрема, привносить у будову елементи тепла та натуральності. Головним зодчим було застосовано у конструкції будівлі дерев'яні склепіння, і вибрано для цієї функції сибірську модрина, яка росте дуже повільно, і тому є такою породою дерева, що практично не утворює сучків і різко виражених річних кілець та косослоїв. Переважна більшість дерев'яних планок були сконструйовані за індивідуальними кресленнями, оскільки цього вимагав ускладнений об'єм будівлі. Загалом із 15 км деревини було виготовлено 66 високоякісних дерев'яних склепінь завдовжки 25 м кожне.

Споруда складається з двох частин. Одна частина будівлі – досить класична споруда у формі куба, друга є масивним п'ятиповерховим скляним «кораблем». Фасад другої частини площею 4900 м² є повністю скляним та складається з 7000 окремих скляних елементів розміром 60x120 см [3]. Його основна каркасна структура складається з вертикальних дерев'яних склепінь, розташованих на відстані 2,5 м один від одного, між склепіннями знаходяться металеві планки, що підтримують скло. Такий спосіб скління є нововведенням у конструюванні, при цьому, як не дивно, загальна ідея була натхненна оранжереями, які були дуже популярними ще в ХІХ столітті.

Важливо сказати, що одним з основних структурних елементів торговельного центру є масштабний атріум, який простягається на 5 поверхів та дозволяє відвідувачам оглядати верхню та нижню частини внутрішнього простору. З точки зору експлуатації та безпеки інженерна інфраструктура прорахована на широкий спектр навантажень.

Загальна площа центру становить 23 000 м², з яких 14 000 м² відведено безпосередньо під торгівлю. Висота стель у центрі відрізняється, залежно від поверху: на першому поверсі вона становить 4,5 м, наступних – 3,5 м. У внутрішній обробці центру використані переважно натуральні матеріали: 3400 м² підлоги оздоблені натуральним каменем St. Bartholomae з Португалії, 10 800 м² покриває дубовий паркет.

Для створення освітлення використано 4600 вбудованих ламп. У роботі центру задіяно близько 292 безпосередньо торгових працівників та близько 145 співробітників адміністрації та технічних служб.

На понад 14 000 м² торгової площі кельнського торговельного центру розташувалося близько 400 торговельних марок, розподілених наступним чином:

- на нижньому поверсі будівлі площею 780 м² розміщені товари для дітей;
- на першому на 3230 м² є чоловічий та жіночий одяг, а також магазини з аксесуарами;
- на другому з 3360 м² знаходяться молодіжні марки;
- на третьому на 3400 м² представлені елементи «високої моди»;
- на четвертому 3420 м² присвячені одягу в офіційному стилі;
- на п'ятому поставлені офісні, побутові, складські приміщення та їдальня для персоналу.

- на шостому, останньому, поверсі будинку розташовані приміщення типу «strictly private», тобто закритого і доступного не для всіх. Авторами проекту він був передбачений для проведення особливих подій та урочистостей на високому рівні.



Рис. 1. Торговельний центр «Weltstadthaus»

В архітектурному рішенні «Weltstadthaus» (рис. 1) між хвилястим та прямокутним корпусами передбачено вигин, що забезпечив достатньо місця перед церквою Св. Антонія для створення громадського скверу при загальній площі ділянки всього в 0,4 га.

Окрім цього, можна навести ще два показових приклади. Один із них – магазин міського значення «IKEA Vienna Westbahnhof», розташований у Відні, чиїми видатними рисами є ґратчастий фасад, обрамлений півтораєта карликових дерев у кадках та повна відсутність паркувальних місць.

Розташований він у самому центрі австрійської столиці таким чином, щоб до нього можна було дістатися виключно пішки або на громадському транспорті [1].

Концепція семиповерхового магазину є відповіддю на «радикально змінену поведінку клієнтів та мобільності». Студія-проектант мала на меті створити торговельний будинок, який за рахунок відмінного сполучення з громадським транспортом та екологічністю конструктивних і оздоблювальних матеріалів зробить важливий внесок у майбутнє екоміста, міської логістики, а також у майбутнє роздрібною торгівлі.

Оскільки він орієнтований на пішоходів, новаторський магазин також надає послуги доставки додому на день, аби відвідувачам із великогабаритним вантажем не доводилося долати додому пішки значні відстані. За статистикою, близько двох третин віденців, які живуть у міських районах, більше не мають персонального автомобіля. Вони прибувають до центру на громадському транспорті, велосипедах, скутерах або пішки.

Фасад «IKEA Vienna Westbahnhof», який нагадує сітку, змодельований компанією «Querkraft Architekten» за принципом книжкової полиці та може бути легко адаптований для задоволення мінливих потреб. Виготовлений зі сталі та бетону глибиною 4,5 м, він огортає будівлю та включає тераси, відкриті простори та приміщення, у яких розташовуються магазин та окремі його павільйони.

Ця конструкція із сіткою також забезпечує простір для 160 дерев у горщиках та в'юнких рослин, які, як передбачається, діятимуть у ролі «природної системи кондиціонування» та допоможуть очистити повітря поблизу. За даними архітектурного бюро, комп'ютерне моделювання показало, що посадка здатна знизити температуру навколо магазину приблизно на 1,5°C.

Три різні входи призначені для відвідування різних клієнтів – від спонтанних відвідувачів до тих, хто здійснює довшу, заплановану поїздку до магазину. Ще однією нетрадиційною особливістю «IKEA Vienna Westbahnhof» є включення студією «Querkraft Architekten» хостелу на його верхніх рівнях. У той час як перші чотири поверхи демонструють продукцію торгової марки, верхні два рівні складають 345 ліжок. Існує також загальнодоступний сад на даху, який включає фотоелектричні системи, тобто міні-СЕС.

Перший поверх з'єднаний з усіма поверхами вище великим атриумом, що також відкриває покупцям огляд на всі поверхи одночасно. Фірма-власник сподівається, що це сприятиме тому, що магазин стане «популярним місцем зустрічей у місті».



Рис. 2. Торговельний центр має ґратчастий 7-поверховий фасад, усіяний 160 деревами

Цікавим є і досвід Швеції, який можна розглянути на прикладі ТЦ фірми «Emporia», будівлю для якої спроектувала шведська архітектурна фірма «Wingardh Arkitektkontor» у місті Мальме.

Родзинкою споруди обрано відблискуюче вигнуте скло, що повинна привернути увагу потенційних клієнтів. Сама будівля має два сяючі портали, зроблені з яскравого вигнутого скла, бурштинового та синього кольорів [2]. Криволінійна форма утворена подвійним вигнутим склом. Використання кольорового скла продовжується по периметру та поверхні будівлі, а різні кольори використовуються до певних циркуляційних центрів, щоб допомогти клієнтам зорієнтуватися в складному плані торговельного центру, що за обрисом нагадує цифру «8». Через це застосування насичених кольорів, надання сильної атмосфери та ідентичності кожному міні-хабу в межах великого ТЦ здавалося достатньо продуктивною

ідеєю. Контури «вісімки» також обрані неспроста, адже вигнута форма дає огляд на те, який відділ ховається за наступним кутом чи перегородкою.

Будівля має житлові та офісні приміщення на рівнях над торговим центром. Також на даху закладено загальнодоступний сад, що не має комерційної цінності, а тому використовується лише як відпочинкова зона. Частина покрівлі віддана під зелені насадження ще й тому, що муніципалітетом було висунуто вимогу: зелену зону, втрачену через будівництво центру, обов'язковим буде відновити в тій чи іншій формі.

Весь проект зайняв п'ять років та був завершений у 2012 році. Саме місце було обрано не випадково, адже з будівництвом моста Ересунд ще у 2000 році, що пов'язує Швецію з Данією, зробило частину Мальмьо, де зараз знаходиться зокрема й «Емпорія», ближче до міжнародного аеропорту Копенгагена, ніж власне сам Копенгаген. Це надало вагомі економічні зрушення в регіоні та дозволило ділянці, де була побудована «Емпорія», отримати високу цінність та прибутковість. А характерне зовнішнє обрамлення виділяє споруду з-поміж центрів конкурентів.

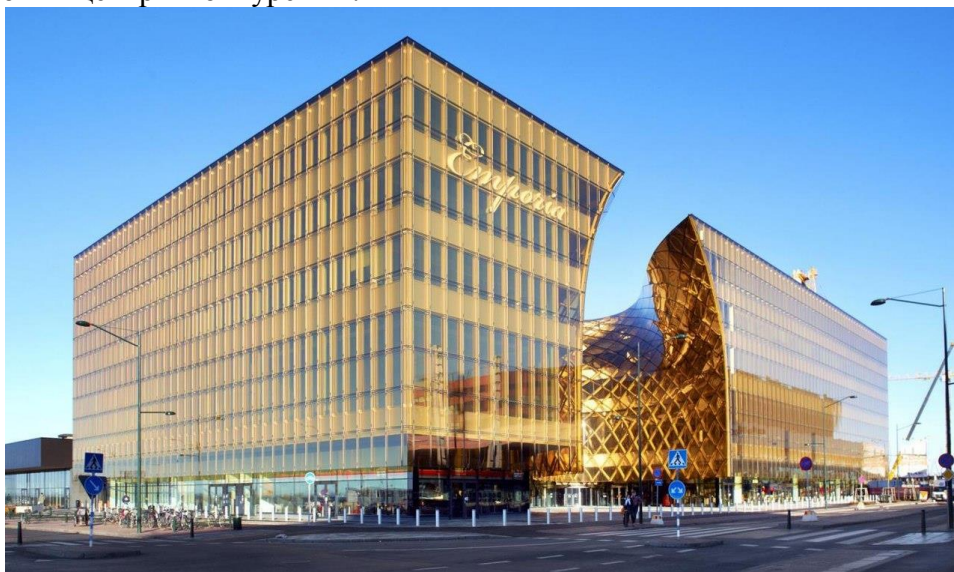


Рис. 3. «Емпорія», яка перемогла в категорії «Торгівельні центри» на фестивалі 2013 року «Inside Festival»

Висновки та результати. Постіндустріальне суспільство розвивається стрімкими темпами, висуваючи перед архітектурою низку критеріїв: підтримку та допомогу в розвитку сфері послуг і роздрібній торгівлі, транспортну та пішохідну досяжність, екологічність будівництва та подальшої експлуатації будівель. Тим не менш, будівельна сфера у багатьох європейських країнах дає показовий приклад того, як можна не тільки встигати за викликами сьогодення, а й зі свого боку підвищувати прибутковість торгівельних закладів конкретних фірм та допомагати покупцям як діставатися бажаної будівлі, так і орієнтуватися в ньому.

Література:

6. Gridded facade defines car-free IKEA store in Vienna by Querkraft Architekten [електронне джерело] — код доступу: <https://www.dezeen.com/2022/05/09/gridded-car-free-ikea-vienna-westbahnhof-querkraft-architekten/> (дата звернення 02.05.2023).

7. Swedish shopping centre's swooping entrances "drag people inside" says architect [електронне джерело] — код доступу: https://www.dezeen.com/2013/11/10/movie-interview-joakim-lyth-of-wingardhs-arkitektkontor-on-emporia-shopping-centre/?li_source=LI&li_medium=bottom_block_1 (дата звернення 02.05.2023).

8. Weltstadthaus: новый торговый символ Кельна [електронне джерело] — код доступу: <https://commercialproperty.ua/cp-articles/weltstadthaus-novyuy-torgovyy-simvol-kelna/> (дата звернення 02.05.2023).