

America l-a inventat acum exact 50 de ani, iar azi îi pregătește un înlocuitor A murit mall-ul, trăiască "lifestyle center"-ul

Marile centre comerciale cunoscute sub numele de "mall" sunt pe cale de a suferi o mutație radicală, cel puțin în America. Acoperișurile sunt date la o parte, lumina naturală ia locul luminii artificiale de neon, scările mobile au dispărut, galeriile de o parte și de alta cărora se înșiruiau buticurile sunt înlocuite cu străzi plantate cu arbori și împodobite cu fântâni arteziene. Vizitatorii vin nu numai ca să-și facă diferitele cumpărături, dar și să-și odihnească ochiul, să se recreeze în fotolii confortabile cu învelișuri de piele, să ia masa la restaurante, și nu la simple fast-food-uri, și să-și satisfacă simțul estetic, asistând la concerte în aer liber sau parcurgând expozițiile de artă..

Un concept urbanistic cu totul nou.

Denumirea de "mall" nu mai e potrivită, noul termen este acela de "lifestyle center", un concept urbanistic cu totul nou. Clasicului centru comercial sub același acoperiș, după modelul primului mall, construit în 1956, într-o suburbie a orașului Minneapolis, îi succede un oraș pietonal în miniatură, cu tot ceea ce îi este necesar omului modern. Termenul a fost creat spre sfârșitul anilor '80 de firma de construcții Poag & McEwen, dar noua tendință a devenit tot mai evidentă în ultimii doi ani.

Spre deosebire de mall-urile masive, fără ferestre și care, bazate pe principiile spațiului închis, tind să ocupe zeci și zeci de hectare, centrele de lifestyle se întind pe suprafețe mai mici, fiind construite pe spații deschise. Omul simte că respiră aer curat, nu mai are senzația că este apăsător de pereții care-l înconjoară din toate părțile, se află în mijlocul naturii, nu izolat de ea.

Noile centre sunt așezate în apropierea cartierelor rezidențiale, locuite de oameni cu dare de mână, magazinele oferind, de regulă, produse de lux. De altfel, noua tendință este strâns legată de avântul luat în America de sectorul de lux. Proiectanții doresc să aducă vechile centre comerciale tot mai aproape de persoanele cu venituri confortabile.

Oaze de verdeață în mijlocul orașelor

Numărul centrelor de lifestyle este în continuă creștere peste Ocean. De la 30, în 2002, s-a ajuns la 120 la sfârșitul lui 2004. În perioada care urmează se prevede construirea în fiecare an a 10 până la 20 asemenea noi centre. Anul acesta urmează a fi inaugurat în localitatea Yonkers (statul New York) un astfel de lifestyle center care, pe lângă obișnuitele buticuri și obișnuitul cinematograful, va dispune și de un hotel, de spații separate pentru birouri, dar și pentru organizarea de conferințe, fiind prevăzut, de asemenea, cu centre de fitness și săli de expoziții. Cu alte cuvinte, un oraș în oraș. Iar totul va fi înconjurat de verdeață.

Consumatorul, marele răsfățat

"Este formatul de comerț en detail care cunoaște ritmul de dezvoltare cel mai rapid la ora actuală. Centrele de lifestyle devin atât de răspândite deoarece costurile suportate de operatori sunt mai reduse decât în cazul mall-urilor tradiționale. Chiria de bază este, practic, aceeași, în schimb, volumul vânzărilor este mult mai mare. Iar cota-parte a cheltuielilor pentru spațiile comune reprezintă cam o treime față de cheltuielile similare suportate când e vorba de mall-urile obișnuite", declară Terry McEwen, președinte director general al firmei Poag & McEwen, care a creat în 1987 primul centru comercial lifestyle în localitatea Germantown, statul Tennessee, și care își propune acum să deschidă anual două noi centre în diferite părți ale țării.

"Aceste centre sunt mai plăcute și mai atrăgătoare pentru consumatori. Scopul urmărit este să le oferim o atmosferă în care să se simtă realmente bine, și nu doar un loc pentru cumpărături", adaugă el. Tocmai de aceea, termenul de mall nu se mai potrivește.

Pentru români, un vis încă îndepărtat

Firește, pentru noi, românii, un asemenea concept nu își poate găsi realizarea decât într-un viitor îndepărtat. Deocamdată suntem la ora când abia am apucat să descoperim mall-urile. Și să nu uităm că mall-urile bucureștene au fost construite pe structura faimoaselor "circuri ale foamei". Aceasta indică totuși ce distanță am parcurs în ultimii 16 ani.

Romulus CAPLESCU

Adevarul 6 ianuarie 2006