WARSZAWSKI ŻAGIEL WE FRANCJI

DZIENNIK GAZETA PRAWNA, 2015-03-12, MARCIN HADAJ, str.: A15

Warszawski żagiel we Francji

1126 deweloperów, 1460 inwestorów i ponad 600 architektów – to lista gości Międzynarodowych Targów Nieruchomości MIPIM 2015 w Cannes. **Polska wreszcie miała co pokazać**

Marcin Hadaj
korespondencja z Cannes



AFP/EAST NEWS

Najbogatszych inwestorów kusi Paryż, który stawia na zagospodarowanie postindustrialnych rejonów miasta

Targi w Cannes od lat owiane są blichtrem „światowości". W Pałacu Festiwalowym, który jest areną prezentacji spektakularnych projektów deweloperskich z całego świata, słychać wiele egzotycznych języków. Od kilku lat dominuje jednak Europa. Mierzy się wprawdzie z problemami gospodarczymi, ale przedstawiciele branży property zaklinają rzeczywistość, robiąc wszystko, by kłopoty zostały za drzwiami ekspozycji.

Dość skutecznie udało się to w tym roku Londynowi. Jego ekspozycje wyłączono z budynku pałacu i zorganizowano na zewnątrz w specjalnym namiocie o powierzchni ponad 500 mkw. Takiego rozmiaru nie miał tu nikt, nawet Paryż rywalizujący z brytyjską stolicą o inwestorów z milionowymi aspiracjami. Londyn kusił kilkoma inwestycjami, które ujrzały światło dzienne dopiero na Lazurowym Wybrzeżu.

Jeden z nich to Vauxhall Square, planowana do 2023 r. przebudowa jednej z dzielnic miasta, która zakłada stworzenie 22 tys. mkw. biur, 3,1 tys. mkw. restauracji i 520 mieszkań. Słynny Covent Garden przy katedrze św. Pawła ma się stać jeszcze silniejszym magnesem dla turystów i londyńczyków, bo – przebudowany kosztem 1,6 mld funtów – będzie bogatszy o 300 tys. mkw. powierzchni handlowych z globalnymi markami modowymi, co ma zainteresować tych pierwszych.

Tych drugich, szczególnie bogatszych, inwestor chce przyciągnąć ofertą 45 luksusowych apartamentów, które – jak nieoficjalnie wiadomo – będą kosztować powyżej miliona funtów każdy. Wysokie stawki za mieszkania mają obowiązywać również w takich inwestycjach, jak Southbank Place (obok London Eye), gdzie powstaną 864 mieszkania, oraz prezentowanym jako kluczowy projekt rewitalizacyjny Battersea Power Station, gdzie funkcje transportowe mają się krzyżować z mieszkaniowymi (4 tys. apartamentów).

Z kolei Paryż stawia na promocję rozwiązań, które będą w stanie doprowadzić do zagospodarowania martwych, np. postindustrialnych, rejonów miasta. Projekt Paris Nord-Est to plan renesansu 200 ha dotąd zaniedbanych terenów między 18. i 19. Dzielnicą. Do 2020 r. ma tam zamieszkać 28 tys. nowych rezydentów, a na 330 tys. mkw. powierzchni biurowych ma powstać 41 tys. miejsc pracy. W 19. Dzielnicy zmian będzie zresztą więcej. W zaniedbanym rejonie Claude Bernard (14 ha) powstaną place, część ulic zostanie zwężona, a ruch na nich – uspokojony i ograniczony. Na torowiskach tramwajowych zostanie zasiana trawa, co wywoła optyczny efekt dbałości o środowisko.

Polskie miasta raczej nie stawiają na promocję zielonych rozwiązań, ale w porównaniu z ofertą sprzed kilku lat mają znacznie więcej do pokazania. Łódź zachwala nowe centrum, czyli przekształcenia wokół dworca Łódź Fabryczna, gdzie do 2022 r. powstaną biurowce i nowe mieszkania. – Potrzebujemy nowych biur, bo dzisiaj mamy jedynie 5 proc. wolnych powierzchni. Nasze firmy nie mają możliwości zmiany lokalizacji, bo brakuje profesjonalnej, szerokiej oferty – przekonuje prezydent Łodzi Hanna Zdanowska. A firmy to całkiem znaczące. Na przykład Gatta, producent wyrobów pończoszniczych, jeden z liderów europejskiego rynku i kontynuator najlepszych lokalnych tradycji przemysłu lekkiego, zatrudniający ponad 5 tys. osób.

Łódź ma ambicje ścigania się z Warszawą w zakresie oferty centrów kulturalno-naukowych. Projekty EC1 Wschód (o charakterze filmowym) oraz EC1 Zachód (popularnonaukowy) mają stać się konkurencją dla stołecznego Centrum Nauki Kopernik. Na warszawskich wzorcach chce się oprzeć również przy budowie „metra". Nie będzie to wprawdzie kolejka podziemna z prawdziwego zdarzenia, ale mierzący 6 km tunel między stacjami PKP Fabryczna i Kaliska (pod centrum miasta) i budowa peronów dla pasażerów.

Kraków postawił przede wszystkim na rewitalizację Nowej Huty. – Marzy nam się stworzenie nowych budynków mieszkalnych, nowych miejsc pracy i wymieszanie ludzi, by zatrzeć historyczne wrażenie, że Huta nie pasuje do Krakowa. Powstanie tu też Park Naukowo-Techniczny, mający wspierać start-upy – mówi Rafał Kulczycki, szef wydziału promocji miasta krakowskiego magistratu.

Zdecydowanie najlepiej wypadła w Cannes Warszawa, prezentująca kilka kluczowych inwestycji, które mają szansę stać się nowymi ikonami stolicy. Najbardziej promowana była Złota 44, czyli apartamentowiec projektu Daniela Libeskinda, zwany żaglem z uwagi na konstrukcję bryły. Niedawno został kupiony przez amerykańsko-polskie konsorcjum Amstar i BBI Development od Grupy Orco, która nie miała pomysłu ani na promocję tego budynku, ani skuteczną sprzedaż mieszkań. Pod nowym zarządem promocja ma ruszyć wiosną.

– To projekt dedykowany Warszawie, stworzony od podstaw z myślą o miejscu, gdzie stanął – mówi projektant Złotej 44 Daniel Libeskind. – Charyzmatyczny budynek, jedyny w swoim rodzaju. Zrobiłby wrażenie w Londynie, Paryżu, nawet Nowym Jorku. Ale jest polski. Chwalimy się nim, bo czegoś tak spektakularnego jeszcze nad Wisłą nie mieliśmy – przekonuje wiceprezes BBI Development Rafał Szczepański.

Ranking najdroższych lokalizacji biurowych na świecie zobacz na **Forsal.pl**