Czym są *pop-up stores* i jak “ta druga Chmielna” może zmienić swoje oblicze dzięki zielonej architekturze?

O ile deptak po śródmiejskiej stronie Chmielnej jest znany większości amatorów minikafejek, ulicznego antykwariatu, czy Bubble Tea, już “ten drugi” odcinek ulicy biegnącej w stronę Woli co najmniej zniechęca szczególnie do nocnych spacerów. Czy istnieje remedium na odczarowanie niechlubnego fragmentu sięgającego Miedzianej?

Pop-upy na Wolę

Zmienianie niekoniecznie korzystnego PR-u “tej drugiej Chmielnej” należy rozpocząć od wyjaśnienia idei pop-up storów, które mogą dużo namieszać na stołecznej mapie konsumpcyjnych ciekawostek. Historia sklepików retailowych, które okresowo oferują swoje produkty, personalizując design wystawy pod potencjalnego klienta, nie sięga czasów średniowiecza, renesansu, czy czasów międzywojnia. Pierwszy tego typu obiekt pojawił się 24 lata temu w Los Angeles za sprawą Jeda Wexlera i Patricka Courrielche. Był to raczej jednodniowy event zakupowy połączony z muzyką na żywo, jednak w świadomości klientów zagościł całkowicie nowy model sprzedaży.

Co było kartą przetargową kalifornijskich retailistów? Przede wszystkim skuteczny *consumer experience*, który zachęcał do świadomych zakupów, czym pop-upy zaskarbiły sobie uwagę świadomych konsumentów. Później podobny model zawędrował do Nowego Jorku, Hudson, Londynu, aż w 2012 roku — do Warszawy. W Polsce trend na *pop-up stores* jest więc stosunkowo młody, ale już teraz prokonsumenckie brandy stawiają na tego typu rozwiązania. Jak model ewoluującego sklepu może zmienić oblicze Chmielnej? To samo pytanie zadali sobie kilka lat temu twórcy projektu Implant.

Zielona architektura wkracza na Chmielną

Implant, czyli przestrzeń rzędu 10 tys. metrów kwadratowych to projekt kompleksu, który ma łączyć ideę zrównoważonego rozwoju z obowiązującymi urban-trendami. Designerski budynek pomieści wcześniej wspomniane pop-upy, jak również showroomy, studio tatuażu, bar z kraftowym piwem, czy… warsztat stolarski. Twórcy Implantu chcą łączyć świat kultury, sztuki i miasta z ekologią oraz zieloną architekturą, która obejmie nie tylko elewację, ale również parkingi ze specjalnymi miejscami dla hybryd, samochodów elektrycznych i rowerów. To wszystko — na styku trzech dzielnic.

— Kultura i sztuka ulicy jest aspektem, który uwrażliwia, otwiera świadomość na otaczający nas świat i jego interpretację. To kultura, warsztaty, spotkania i koncerty będą spoiwem naszej społeczności. Aby podobne przedsięwzięcie odniosło sukces, potrzebuje dobrej lokalizacji. Lepszej nie mogliśmy sobie wymarzyć — jesteśmy na pograniczu Woli, Śródmieścia i Ochoty. Niektórzy przecierają oczy ze zdumienia, kiedy odwiedzają nas pierwszy raz i zdają sobie sprawę, jak fantastyczną lokalizacją udało nam się znaleźć — komentuje Zbigniew Bagiński CMO, Implantu.

Kiedy w stronę Miedzianej?

Pandemia koronawirusa pokrzyżowała plany większości inicjatyw, dlatego też zespół Implantu musiał nieco przełożyć swoje plany otwarcia. Nie zniechęciło to jednak potencjalnych klientów, którzy zerkali już kątem oka w stronę Chmielnej, a także inwestorów, dokładających swoją cegiełkę pod realizację prekursorskiego projektu. Jak podają sami twórcy, realnym okresem startu projektu jest przełom 2. i 3. kwartału tego roku, więc całkiem możliwe, że już sierpień spędzimy pod dachem przeplatających się pnączy i roślinnych kaskad, które odzwierciedlają niepowtarzalny charakter całego kompleksu. Warto jednak zaznaczyć, że nie jest to projekt sezonowy — o każdej porze roku Implant będzie ewoluował wraz ze zmieniającą się aurą. Jaki jest więc ostateczny klucz do innowacji “tej drugiej Chmielnej”? Według twórców: gra zespołowa i szczery eko-przekaz.

— Geneza kiełkowała w naszych głowach, każdy myślał o projekcie w inny sposób, ale udało się nam wypracować jedną spójną wizję: społeczność, ekologia, kultura. Chcemy, aby projekt zmieniał ludzi i ich społeczną świadomość. Korzystamy z online’u, ale chcemy żyć w offline’ie i pielęgnować relację w realu. Ekologia była zupełnie czymś naturalnym – ona zmienia jakość życia w stolicy i działa na zmysły. Ekologia dla nas to nie zdobywanie zielonych orderów – to edukacja społeczna poprzez przykład — wyjaśnia Zbigniew Bagiński.

**Już wkrótce odcinek Chmielnej za Dworcem Centralnym w stronę Ochoty i Woli może stać się nie tylko wzorem do naśladowania dla stołecznych architektów, ale również przestrzenią pełną życia i ekologicznego przekazu. Jeśli twórcy dopną swój projekt do sierpnia, mieszkańcy stolicy zakończą sezon letni z niemałym przytupem w anturażu pop-upów i zielonej architektury (i w dodatku z perspektywą kolejnych miesięcy pod dachem eko-inwestycji).**