

## Strategia rewitalizacji obiektów handlu targowego z wykorzystaniem metody społecznego katalizatora przedsiębiorczości, repozycjonowania marki oraz placemakingu jako narzędzie polityki rozwoju lokalnego.



INICJATYWA  
MIASTO

AKADEMIA  
SZTUK  
PIĘKNYCH  
W GDAŃSKU

POLITECHNIKA  
GDAŃSKA

wykonawca projektu:

Stowarzyszenie Inicjatywa Miasto

Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku

Politechnika Gdańska

**koordynator projektu:** dr inż. arch. Piotr Czyż, Inicjatywa Miasto

**wartość projektu:** 2 535 000 zł

**realizacja projektu:** 2018-2022

### SYNTETYCZNY OPIS PROJEKTU

Celem projektu było zbadanie kondycji organizacyjnej i ekonomicznej targowisk w miastach wojewódzkich w Polsce oraz opracowanie strategii rewitalizacji targowisk miejskich skupiającej się na aktywizacji społeczno-gospodarczej zdegradowanych terenów targowych. Projekt weryfikował tezę, iż rewitalizacja terenów targowych wymaga zintegrowanego podejścia łączącego w sobie działania przestrzenne, społeczne oraz wizerunkowe przy jednoczesnym zapewnieniu partycypacji społecznej na każdym etapie.

Projekt realizowano w dwóch fazach. W pierwszej fazie projektu prowadzono badania na temat metod ożywiania targowisk oraz opracowano pilotażową koncepcję rozwoju programowo-przestrzennego wybranego do projektu Targowiska „Polanki” w Gdańsku Oliwie. Opracowany projekt pilotażowy obejmował zmiany o charakterze organizacyjnym, przestrzennym i wizerunkowym.

W drugiej fazie projektu wdrożono projekt pilotażowy oraz monitorowano wpływ podjętych działań na sytuację ekonomiczną i społeczną targowiska. Projekt jest aktualnie na etapie końcowym, podczas którego opracowana zostanie strategia przekształceń targowisk miejskich.

W ramach projektu przeprowadzono również wywiady z jednostkami miast wojewódzkich odpowiedzialnymi za nadzór nad targowiskami miejskimi oraz z wybranymi operatorami targowisk w miastach wojewódzkich.

Najważniejszym wnioskiem projektu jest: **Targowiska miejskie wymagają kompleksowego podejścia do odnowy - obejmującego obok inwestycji infrastrukturalnych wsparcie organizacyjne dla społeczności targowej w dostosowywaniu targowisk do współczesnych wymagań konsumentów.**





## Targ kwiatowy nowe wydarzenia sprzedażowe

### PROJEKT PILOTAŻOWY

Zrealizowany projekt pilotażowy doprowadził do znacznej poprawy jakości przestrzeni i poziomu estetyki targowiska. Zaś wdrożenie programu społeczno-kulturalnego polegającego na dodaniu do harmonogramu pracy targowiska wydarzeń o charakterze tematycznym doprowadziło do znacznego ożywienia obszaru.

Z podjętych na terenie Rynku w Oliwie działań wynika, że zmiana wizerunku targowisk jest długotrwałym procesem, który wymaga wielowymiarowych działań. Poprawa ogólnej estetyki targowisk jest istotnym elementem zmiany wizerunku, ale nie musi się ona zawsze wiązać z dużymi nakładami finansowymi. Niewielkie inwestycje infrastrukturalne oraz zmiany wizerunkowe – jak oczyszczenie obiektu z nieatrakcyjnych reklam czy wprowadzenie identyfikacji wizualnej mogą wystarczyć by zmienić ich percepcję. Istotne jest natomiast uzupełnienie działań infrastrukturalnych o działania animacyjno-promocyjne oraz wsparcie organizacyjne targowisk w rekrutacji nowych kupców. Pilotaż potwierdził, że korzystnym dla targowisk jest poszerzenie ich oferty o wydarzenia o charakterze społeczno-kulturalnym takie jak festyny czy wydarzenia tematyczne jak np. targi ekologiczne czy roślinne. Targowiska, czego dowodem jest Rynek w Oliwie, powinno się postrzegać jako markę a odpowiednie działania promocyjne są fundamentalne w kontekście zdobywania nowych klientów.

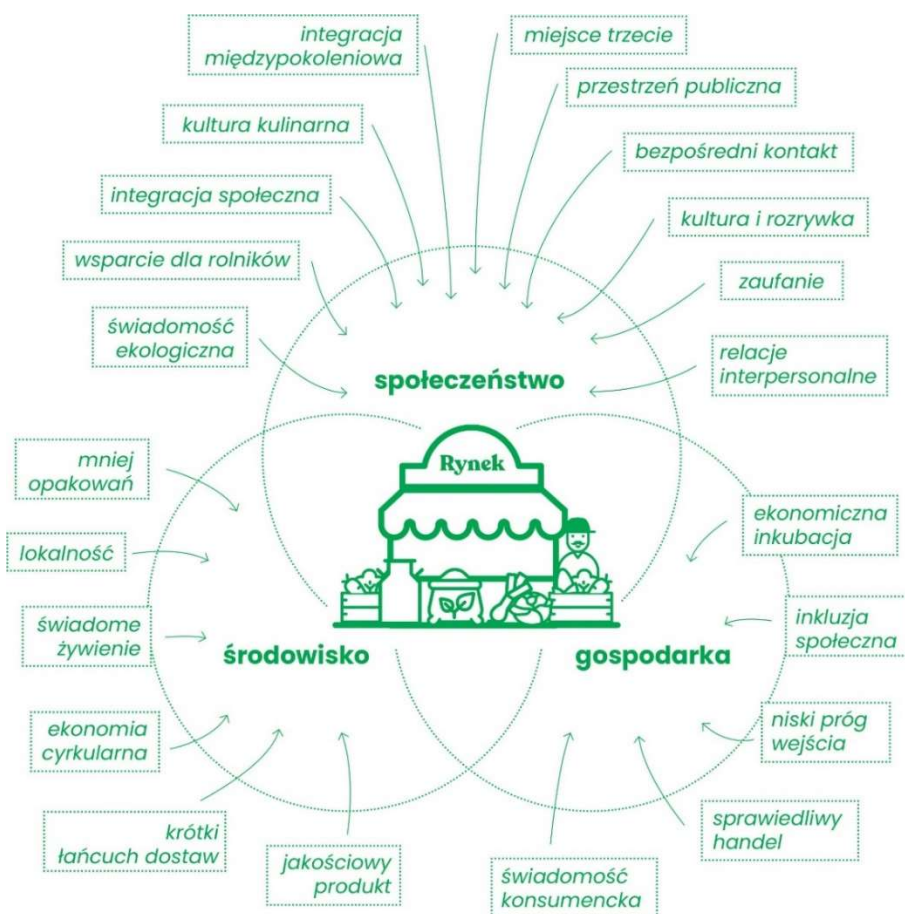
Przeprowadzone na koniec okresu pilotażowego analizy ekonomiczne wybranych podmiotów gospodarczych wykazały, że podjęte działania miały korzystny wpływ na ich wyniki finansowe (wzrost o 30% ogółem wszystkich przychodów).

Niektóre z przeprowadzonych działań, w szczególności tak zwany Nocny Pchli Targ, przyciągały wielokrotnie więcej użytkowników w stosunku do wartości bazowej rozumianej jako zwykły dzień targowy. Przykładowo, rekordowe wydarzenie przyciągnęło aż 730% więcej użytkowników, natomiast wydarzenia tematyczne cieszyły się średnio 50% większym zainteresowaniem użytkowników w stosunku do wartości bazowej. Bieżąca aktywność na targowisku w dzień targowy (sobota) wzrosła o 24%.

## STRATEGIA REGENERACJI RYNKÓW

Głównym celem projektu jest opracowanie i wdrożenie strategii regeneracji targowisk miejskich. Badania pozwoliły wyodrębnić 7 najważniejszych wskaźników i rekomendacji do wzięcia pod uwagę w procesie regeneracji:

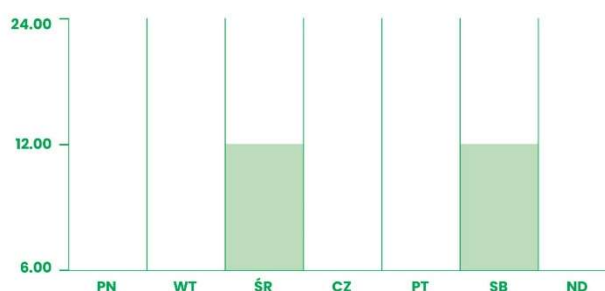
1. Edukacja mieszkańców i urzędników o znaczeniu targowisk dla lokalnej społeczności, gospodarki, dzielnicy i miasta.
2. Zagadnienie rozwoju targowisk i związana z nimi tematyka zrównoważonej konsumpcji winna stać się elementem strategii rozwoju miast
3. Bez interwencji z zewnątrz istnieje wysokie prawdopodobieństwo zapaści demograficznej związanej ze starzejącą się społecznością kupiecką i brakiem wymiany pokoleniowej
4. Remonty i modernizacje targowisk są niewystarczające by ożywić targowisko, wymagane jest wsparcie ze strony podmiotów zewnętrznych w zakresie animacji targowisk, organizacji targów tematycznych, poszukiwania partnerów oraz nowych kupców.
5. Obecnie targowiska są nieskutecznie zarządzane oraz niekontrolowane, co w efekcie pozbawiło gminy możliwości szybkiego reagowania oraz doprowadziło do wieloletnich zaniedbań trudnych do naprawy. Stwierdzono potrzebę stworzenia kryteriów oceny działania targowiska. Zarządzanie targowiskami powinno obejmować trzy aspekty: ekonomiczny, przestrzenny oraz kulturowy.
6. Targowiska miejskie winny być traktowane jako marka i stać się jednym z narzędzi kształtowania wizerunku miasta oraz poczucia lokalnej tożsamości.
7. Targowiska miejskie winny być traktowane jako integralna część systemu przestrzeni publicznych.



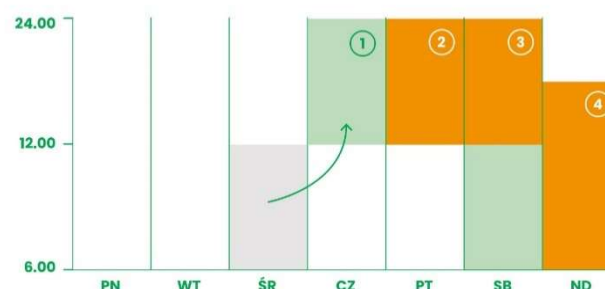
Opracowywana obecnie strategia zakłada zmianę podejścia gmin do zarządzania targowiskami. Gminy powinny aktywnie wspierać targowiska miejskie zarówno w kwestiach organizacyjnych jak i inwestycyjnie celem poprawy ich kondycji ekonomicznej oraz przemiany targowisk miejskich w lokalne centra dzielnicy. Taki sposób zarządzania targowiskami doskonale się sprawdza w miastach o wysoko rozwiniętej kulturze targowej, jak Londyn czy Barcelona – które wdrożyły miejskie strategie rozwoju targowisk.

Badania wykazują, że znaczna część targowisk miejskich w Polsce zarządzana jest przez Zrzeszenia Kupieckie, których członkowie nie posiadają zasobów oraz kompetencji do realnego zarządzania targowiskami wynikiem czego jest brak rozwoju oraz niewykorzystanie potencjału targowisk miejskich, których lokalizacja w miastach jest zazwyczaj bardzo atrakcyjna.

tradycyjny sposób wykorzystania targowiska  
(na przykładzie Rynku w Oliwie)



ożywienie targowiska  
(na przykładzie Rynku w Oliwie)



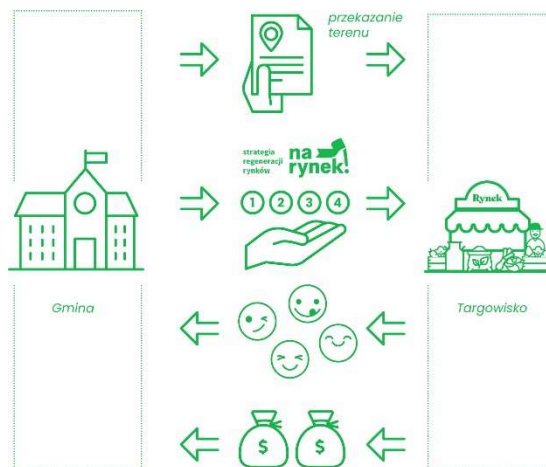
- 1 dostosowanie godzin działalności do oczekiwań odbiorców targ w godzinach popołudniowych
- 2 Targi kulinarne
- 3 Wydarzenia tematyczne, np: targ vintage (odzież używana)
- 4 Nowy dzień targowy, np.: pchli targ (starocie)



**Rynek jako  
miejsce spotkań**

Realizacja projektu pozwoliła zidentyfikować 4 komplementarne działania, które należy podjąć w ramach programu regeneracji targowisk. Są to:

1. Wsparcie organizacyjne w prowadzeniu działań ożywiających przestrzeń targowisk w postaci wydarzeń miejskich i tematycznych.
2. Wsparcie organizacyjne targowisk w zakresie rekrutacji kupców i najemców stałych na targowiskach miejskich.
3. Wsparcie operatorów targowisk w zakresie przekształceń przestrzennych, celem stworzenia inkluzywnej przestrzeni targowej pełniącej również funkcję placu publicznego.
4. Promocja targowisk w mieście jako przestrzeni zrównoważonej konsumpcji.



Wskazane działania wpisują się w obecnie kształtującą się politykę tak zwanej zielonej transformacji miast i regionów związanej z wdrażaniem modelu zrównoważonego rozwoju oraz innowacji społecznych.

Planowanym rezultatem projektu jest wdrożenie programu przekształceń targowisk miejskich w miastach wojewódzkich, które pozwolą na osiągnięcie stabilizacji ekonomicznej, społecznej oraz demograficznej w obecnie zdegradowanych przestrzeniach.



W roku 2022 planowana jest:

- Organizacja 6 seminariów konsultacyjnych na temat programu regeneracji targowisk wśród jednostek samorządowych oraz przedstawicieli organizacji pozarządowych.
- Organizacja 2 konferencji na Politechnice Gdańskiej oraz Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku.
- Rozpoczęcie rozmów z urzędami miejskimi miast wojewódzkich na temat potencjalnych wdrożeń.

Kontakt:

Stowarzyszenie Inicjatywa Miasto

Ul. Jaśkowa Dolina 4/8, 80-252 Gdańsk

Adres email: [stowarzyszenie@inicjatywamiasto.pl](mailto:stowarzyszenie@inicjatywamiasto.pl), telefon kontaktowy: 695 386 269