

Tlačová správa

AKÁ JE SKUTOČNÁ OBCHODNÁ?

Unikátna štúdia ponúka prekvapivý pohľad na hlavnú nákupnú ulicu Bratislavy

Bratislava, 20. 1. 2016

*Podujatie "Aká je skutočná Obchodná?" zorganizovalo občianske združenie **OBCHODNÁ ULICA A OKOLIE**, ktoré sa zasadzuje o dlhodobú, koncepčnú premenu Obchodnej ulice a jej okolia, na základe spolupráce miestnej obchodnej komunity, rezidentov, samosprávy a ďalších partnerov. **Prezentácia výsledkov socio-ekonomickej štúdie Obchodnej ulice**, ktorú dalo vypracovať združenie, sa uskutočnila vo štvrtok 14. januára 2016 v priestoroch Štúdia Olympia (Divadlo Nová scéna). Štúdia bude od dnešného dňa zverejnená aj na internete.*

O význame hlavnej nákupnej ulice Bratislavy a záujme o jej budúcnosť svedčila do posledného miesta naplnená kapacita sály. Večera sa zúčastnili zástupcovia prevádzok z Obchodnej ulice, majitelia budov, miestna verejnosť, zástupcovia samosprávy a dotknutých úradov, ako aj mnohí odborníci z oblasti architektúry, dizajnu a rozvoja mesta, spolu viac než 100 účastníkov. V úvode zakladateľ občianskeho združenia Davy Čajko krátko predstavil program eventu a históriu vzniku myšlienky zastrešenia Obchodnej štvrte, ktorá sa datuje **už od roku 2007**. Následne vo svojom príspevku **primátor Mesta Bratislava Ivo Nesrovnal vyjadril podporu aktivitám združenia a vôľu spolupracovať na koncepčných riešeniach pre zlepšenie stavu ulice** prednostne v otázke vizuálneho smogu a čistoty ulice.

Prvý polrok pôsobenia združenia predstavila jeho projektová manažérka, architektka Dominika Belanská. Za krátku dobu sa **združeniu podarilo urobiť prvé viditeľné zmeny vo verejnom priestore ulice, zorganizovať výstavu fotografií vo výkladoch prevádzok a nadviazať významné spolupráce**. Tieto aktivity podporuje spolu 45 prevádzok, ktoré sa združujú na portáli ObchodnaUlica.sk, z toho 22 aktívne prispieva činnosť združenia.

Významným krokom pre ďalšiu prácu na zlepšovaní stavu Obchodnej ulice a okolitej štvrte je investícia združenia do **vzniku štúdie, ktorá mapovala socio-ekonomický profil a potenciály ulice**. Dáta, ktoré sa v októbri podarilo zozbierať od takmer 125 prevádzok, vyhodnotili a predstavili Igor Marko (Marko and Placemakers, Londýn) a Milota Sidorová (konzultantka mestských projektov, Praha). Z výsledkov štúdie vyplýva, že 71 percent prevádzok vykazuje stabilné alebo rastúce tržby, takže podmienky na ulici sú relatívne dobré. Ulica má tiež rozmanitý a zaujímavý obsah - od módy a gastronómie cez wellness, domáce potreby, lekárne, finančné služby, až po ubytovanie. Ponúka široké spektrum služieb drobných a nezávislých remeselníkov a obchodníkov, ktorí tvoria 48 percent prevádzok.

V ďalšom kroku obnovy ulice je podľa štúdie potrebné pristúpiť najskôr k **združovaniu obchodnej komunity a vytvoreniu značky (brandingu) pre celú štvrť** okolo Obchodnej. O význame brandingu a toho, že značka nie je logo, ale kolektívne snaženie a pridaná spoločenská hodnota, za ktorou sa skrýva príbeh komunity, prehovorila Gabriela Veenstra Skorkovská (špecialistka na branding, Viedeň). Prezentovala aj niekoľko zahraničných príkladov spoločnej značky ulice či mesta.

Ako v diskusii vysvetlil vedúci Mestského úradu ochrany pamiatok Ivo Štassel, na Obchodnej je

viac než 95 percent vonkajšej reklamy nelegálnej, a zo strany mesta má v najbližších mesiacoch prísť k jej postupnému odstraňovaniu. V tejto situácii je občianske združenie **Obchodná ulica a okolie nepostrádateľným facilitátorom dialógu medzi obchodnou komunitou, majiteľmi budov, mestom a pamiatkármi**. Okrem zlegalizovania reklamy by mohlo otvoriť tému spoločnej novej značky ulice. Zástupca spoločnosti MTK Juraj Martinčák, ktorá na Obchodnej prenajíma priestory vyjadril podporu týmto aktivitám a ochotu finančne sa podieľať na novej štúdií nielen povolenej reklamy, ale aj verejného priestoru hlavnej Obchodnej ulice Bratislavy. Či sa Obchodná ulica vydá touto cestou, závisí od podpory ďalších obchodníkov a majiteľov budov, rovnako ako aktívnej spolupráce mesta.

Socio-ekonomická štúdia Obchodnej ulice bude zverejnená dnes, 20. 1. 2016 na stránke združenia www.obchodnaulicaaokolie.sk/studia2015.

O organizátoroch:

OBCHODNÁ ULICA A OKOLIE, o.z. je unikátna platforma zastrešujúca prevádzkarov obchodov, poskytovateľov služieb a majiteľov budov, ktorí sa zasadujú o dlhodobú, koncepčnú premenu Obchodnej ulice a jej okolia. Prostredníctvom profesionálnej komunikácie a rozvíjaním spolupráce medzi obchodníkmi, obyvateľmi, mestom a ďalšími partnermi **usiluje o zvýšenie kvality jej verejného priestoru a ekonomického, kultúrneho a spoločenského potenciálu**. Kvalitný a kultúrny verejný priestor a úspešný lokálny obchod a služby sa prirodzene priťahujú a prinášajú prospech miestnym ľuďom. Preto chce združenie postupne meniť obraz Obchodnej ulice - ako fyzický, tak i mentálny, aby sa stala prototypom úspešnej a vitálnej ulice. Na Slovensku adaptuje po prvý krát socio-ekonomický model rozvoja **obchodnej štvrte** (business improvement district), v ktorom sa prepoja aktivity verejného, súkromného a neziskového sektora pre dlhodobu udržateľné zmeny a zlepšenia, z ktorých budú mať úžitok nielen lokálni obyvatelia, ľudia pracujúci a podnikajúci v tejto štvrti, ale aj široká miestna verejnosť a návštevníci. Neformálna sieť obchodníkov, ktorí spoločne pociťovali a reflektovali problémy ulice začala vznikáť v roku 2012 na základe osobnej iniciatívy a vízie Davyho Čajka a kolegov, ktorí komunitu zastrešili portálom ObchodnaUlica.sk. V roku 2015 vzniklo občianske združenie, ktoré aktívne prepája miestnu komunitu obchodníkov a vlastníkov budov. "Pre svoje aktivity sme získali záštitu bratislavského magistrátu a Mestskej časti Bratislava - Staré mesto, ako aj sympatie miestnych iniciatív a inštitúcií. Úspešne sme realizovali [stretnutia a workshopy](#) so zástupcami prevádzok, samosprávy a konzultantmi. Našli sme skúseného odborného partnera pre dôležitý [socio-ekonomický výskum](#), ktorého výsledkom je unikátna štúdia, ktorá ukázala presný obraz a čísla o súčasnom stave štvrte. Mapovali sme tiež [názory verejnosti na stav ulice](#) v rámci Európskeho týždňa mobility. Vďaka našim partnerstvám s miestnymi ľuďmi a prevádzkami mohla vzniknúť unikátna výstava fotografií Luba Stacha vo výkladoch obchodov [OBCHODNÁ na Obchodnej](#), ktorá prepojila umenie, verejný priestor ulice a jej zaujímavú minulosť." (Davy Čajko, riaditeľ OZ)

web: www.obchodnaulicaaokolie.sk

facebook: [Obchodná ulica a okolie](#)

Kontakty:

Mgr. art. Dominika Belanská
OBCHODNÁ ULICA A OKOLIE, o.z.
projektová manažérka
belanska@obchodnaulicaaokolie.sk
0903 103 146

Davy Čajko
OBCHODNÁ ULICA A OKOLIE, o.z.
predseda
director@obchodnaulica.sk
0903 429 190

