

„Pan Bóg stworzył wieś, a człowiek miasto.”

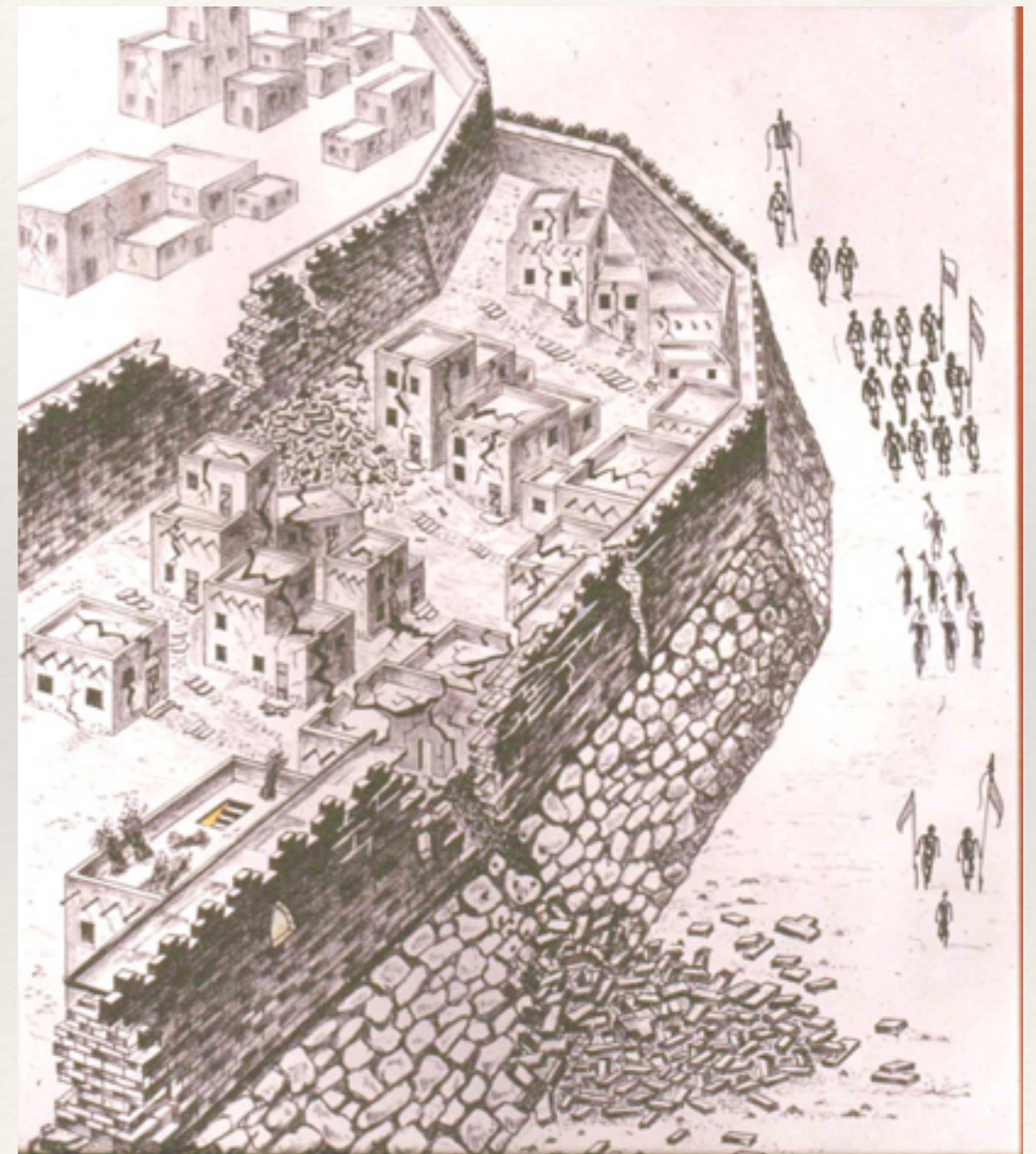
Gospodarczy aspekt rewitalizacji

Prowadzący:
Jacek Gralczyk

Hajnówka 2017r.

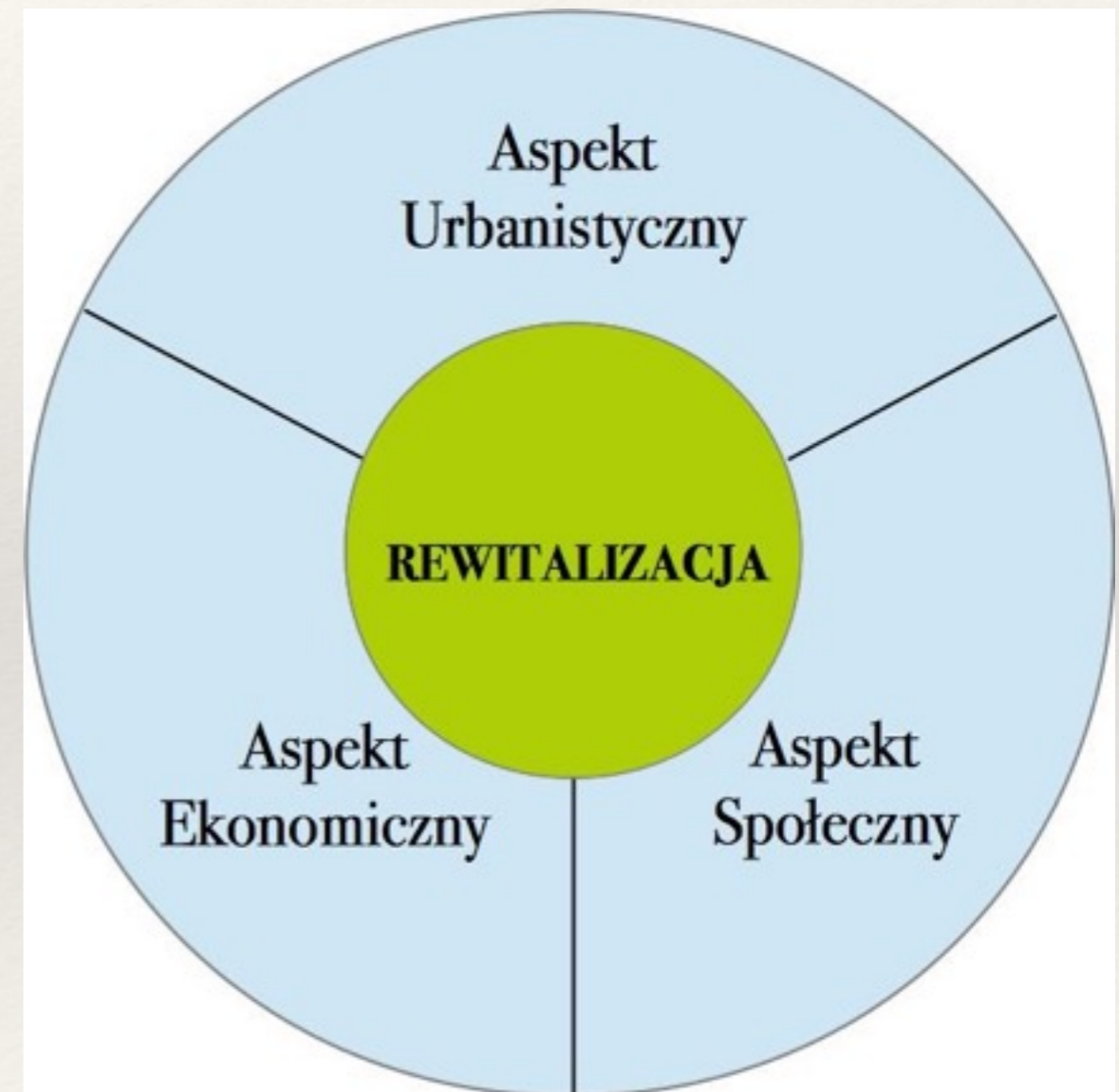
Miasto

- ❖ **Miasto**
 - ❖ Porządek przestrzenny
 - ❖ System relacji mieszkańców
- ❖ Miasto jako wspólnota
 - ❖ **Zasobów**
 - ❖ **Wartości**
- ❖ Mury
 - ❖ Wspólne szanse obrony
 - ❖ Granice podziałów
- ❖ Degradacja centrów
 - ❖ **Transfer kapitałów publicznych i prywatnych**
 - ❖ **Przeprowadzka funkcji śródmiejskich**
- ❖ Trudne powroty



Aspekty rewitalizacji

- ❖ Aspekty:
 - ❖ Urbanistyczny np:
 - ❖ Remonty
 - ❖ Inwestycje
 - ❖ Ekonomiczny np:
 - ❖ Rynek pracy
 - ❖ Rozwój handlu i usług
 - ❖ Społeczny np:
 - ❖ OSL
 - ❖ Ekonomia Społeczna



GPR/LPR idea i struktura



Rola przedsiębiorczości w rewitalizacji

Lokalni przedsiębiorcy pełnią ważną rolę w obszarach rewitalizowanych:

- ❖ wspierają funkcję mieszkaniową poprzez dostarczenie pożądaných produktów i usług
- ❖ wspierają obszar gospodarczo tworząc lokalne miejsca pracy
- ❖ zwiększają potencjał turystyczny przez ofertę tradycyjnych starych rzemiosł lub przemysły kreatywne
- ❖ tworzą koloryt i atmosferę miejsca - uaktywniają lokale w parterach

Lokalni przedsiębiorcy – główne problemy

- ❖ Estetyka siedzib i szyldów i siedzib
- ❖ Długie remonty = utrata klientów
- ❖ Konieczność zmiany siedziby (kaucja, wzrost czynszu) - „Wymywanie” potrzebnych funkcji
- ❖ Gentryfikacja
- ❖ Spadek ilości aktywnych frontów
- ❖ Nacisk na ruch samochodowy

Lokalni przedsiębiorcy – dobre praktyki:

- ❖ Spotkania z przedsiębiorcami
- ❖ Inwentaryzacja przed procesem
- ❖ Rzetelna informacja o planowanych pracach
- ❖ Obniżki czynszów / kaucji / podatków od nieruchomości
- ❖ W przypadku właścicieli budynków mieszkalnych rozwiązania takie jak Społeczne Agencje Najmu (zaspokajające potrzeby gminy w zakresie lokali zamiennych)

Lokalni przedsiębiorcy – dobre praktyki:

- ❖ Konkursy celowe (zasób gminny)
- ❖ Programy typu „lokale dla kreatywnych” (Łódź) czy ochrony starych rzemiosł (Nadodrze)
- ❖ Przestrzenie tematyczne:
 - ❖ Giełdy czy bazariki w ustalony dzień tygodnia / miesiąca
 - ❖ Brak lub minimalna opłata targowa
 - ❖ Uzupełnienie komplementarną działalnością w okolicy

Zachęty czynszowe

❖ Wprowadzenie tzw. „break option”

- ❖ możliwość jednostronnego rozwiązania umowy przez najemcę
- ❖ tylko w umowach na czas określony
- ❖ zmniejsza ryzyko prowadzenia działalności
- ❖ zachęta do ponoszenia nakładów na nieruchomości
- ❖ zwiększenie poczucia bezpieczeństwa finansowego najemcy

❖ Wakacje czynszowe

- ❖ Obecnie występują w okrojonej formie (na czas remontu, na 1-3 miesiące)
- ❖ Umożliwienie „zakorzenienia” najemcy,
- ❖ W umowach na czas określony,
- ❖ Średni czynsz = const.

Zachęty czynszowe

- ❖ **Powiązanie poziomu czynszu z obrotami**

- ❖ „X” % od wygenerowanego obrotu
- ❖ „X” PLN/m² + „y”% od obrotu powyżej kwoty „Z” tys. PLN ! ograniczenie ryzyka najemcy,
- ❖ niwelowanie wpływu robót budowlanych w sąsiedztwie nieruchomości
- ❖ możliwość gromadzenia dodatkowych informacji o sytuacji rynkowej
- ❖ umożliwienie wypracowania pozycji, „zakorzenienia” najemcy,

- ❖ **Czynsz krocący (step rent)**

- ❖ X PLN/m² – okres 1, X+Y PLN/m² – okres 2, X+Y+Z PLN/m² – okres 3
- ❖ średni (wynegocjowany czynsz) = const.
- ❖ transfer ryzyka z najemcy na wynajmującego
- ❖ umożliwienie wypracowania pozycji, „zakorzenienia” najemcy,
- ❖ umowy na czas określony

Marketing-mix

- ❖ Elastyczne podejście do stawek czynszu z uwagi na siłę oddziaływania najemców
 - ❖ wg obrotów,
 - ❖ wg liczby klientów
 - ❖ wg wydanych paragonów
 - ❖ wg liczby zatrudnionych (lokale biurowe) etc.
- ❖ Podział potencjalnych najemców:
 - ❖ generatory ruchu zewnętrznego – urzędy, szpitale, sklepy dyskontowe,
 - ❖ generatory ruchu wewnętrznego – duże zakłady pracy
 - ❖ konsumenci ruchu – sklepy, punkty usługowe (xero), street-food,

Eliminacja najemców i funkcji nieporządkanych

- ❖ Eliminowanie konfliktów wizerunkowych
 - ❖ Sklepy z odzieżą używana przy głównej ulicy miasta,
 - ❖ Sex-shopy,
 - ❖ Lombardy,
 - ❖ Lokale z automatami do gier,
- ❖ Wykorzystanie możliwości, które dają umowy na czas nieokreślony
- ❖ Relokacja najemców

Spójność technik marketingowych

- ❖ Komunikacja planów UM do całej społeczności
- ❖ Komunikacja planów UM do potencjalnych najemców
- ❖ Spójna komunikacja z użyciem wielu kanałów
- ❖ Kanały dopasowane do docelowego odbiorcy np.:
 - ❖ Media społecznościowe – ludzie młodszy
 - ❖ Tradycyjne kanały – starsi mieszkańcy
- ❖ Atrakcje – eventy
- ❖ Dopasowane do oferty najemców lokali ! Zorganizowane o odpowiedniej porze
- ❖ Zachęty do udziału najemców

Rewitalizacja - typy projektów

- ❖ projekt zintegrowany
- ❖ projekt partnerski
- ❖ **projekt hybrydowy**
- ❖ projekt grantowy

Powiązanie kooperacyjne (def. PARP)

Powiązanie kooperacyjne - zgrupowanie działających w określonym sektorze niezależnych przedsiębiorców, w tym nowo powstałych przedsiębiorców, prowadzących działalność innowacyjną, organizacji badawczych, instytucji otoczenia biznesu, które ma na celu:

- stymulowanie działalności innowacyjnej poprzez promowanie intensywnych kontaktów
- korzystanie ze wspólnego zaplecza technologicznego
- wymianę wiedzy i doświadczeń
- przyczynianie się do transferu technologii
- tworzenia sieci powiązań
- rozpowszechniania informacji wśród przedsiębiorców wchodzących w skład tego zgrupowania

Klaster (def. PARP)

Klaster to geograficzne skupisko wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji (na przykład uniwersytetów, jednostek normalizujących, stowarzyszeń branżowych, instytucji wspierających) w poszczególnych dziedzinach, konkurujących między sobą, ale również współpracujących. Klaster jest ściśle związany z terytorium, na którym działa, jest zakorzeniony regionalnie. Klastry stanowią specyficzną formę organizacji produkcji, polegającą na koncentracji w bliskiej przestrzeni elastycznych przedsiębiorstw prowadzących komplementarną działalność gospodarczą. Podmioty te równocześnie współpracują i konkurują między sobą, posiadają także relacje z innymi instytucjami działającymi w danej sferze. Podstawą powstania klastra są kooperacyjne powiązania występujące pomiędzy podmiotami, generujące procesy powstawania specyficznej wiedzy oraz zwiększające zdolności adaptacyjne.

Partnerstwo publiczno-prywatne

- ❖ Partnerstwo publiczno-prywatne, w skrócie PPP (ang. public-private partnership) – współpraca pomiędzy jednostkami administracji rządowej i samorządowej (administracji publicznej) a podmiotami prywatnymi w sferze usług publicznych.
- ❖ Platforma PPP: <https://www.ppp.gov.pl/>
- ❖ PPPortal: <http://www.pppportal.pl/>

Podsumowanie

- ❖ Rewitalizacja to praca z:
 - ❖ Ludźmi
 - ❖ Wartościami
 - ❖ Dokumentami
 - ❖ Zasobami
 - ❖ Przestrzenią



Dziękuję za uwagę!

Jacek Gralczyk

email: vigarat@gmail.com

tel. 530 726 868

<http://vigarat.gralczyk.net/>

