



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: «Δικτυώσεις-Συνέργειες-Προσαρμογή και Ενίσχυση της Προβολής των επιχειρήσεων με εξειδικευμένες ενέργειες» ,με κωδικό ΟΠΣ 5164457, στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Αττική 2014-2020»

ΤΙΤΛΟΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ: «Μελέτη αποτύπωσης και προσδιορισμού ώριμων δικτύων και συνεργατικών σχημάτων (cluster)»

ΤΙΤΛΟΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ: Α. Παρουσίαση Επιχειρηματικών Μοντέλων (Business Models)

Κεφάλαιο 5



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Κεφ 5. Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου (ΑΚΕ) – Open Mall Model



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου (ΑΚΕ) – Open Mall Model

Το μοντέλο "Open Mall", που μερικές φορές αναφέρεται ως "Open-Air Mall" ή "Outdoor Mall", είναι ένας τύπος ανάπτυξης εμπορικού κέντρου ή λιανικής που χαρακτηρίζεται από τη διάταξη και το σχεδιασμό του σε ανοιχτό χώρο.

Τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα προσφέρουν μια **εναλλακτική εμπειρία αγορών και ψυχαγωγίας** σε σύγκριση με τα κλειστά εμπορικά κέντρα.

Βρίσκονται σε δημοφιλείς τοποθεσίες με **ευνοϊκές καιρικές συνθήκες** και συχνά έχουν σχεδιαστεί για να καλλιεργούν **την αίσθηση της κοινότητας και της κοινωνικής αλληλεπίδρασης**, ενώ προσφέρουν ένα **ευρύ φάσμα επιλογών λιανικής**.

Το μοντέλο δίνει έμφαση στην ενοποίηση χώρων λιανικής με εξωτερικούς χώρους για να δημιουργήσει ένα πιο ελκυστικό και αισθητικά ευχάριστο περιβάλλον αγορών.

Ακολουθεί μια περιγραφή των βασικών χαρακτηριστικών και χαρακτηριστικών του μοντέλου ανοιχτού εμπορικού κέντρου:

Εξωτερική διαρρύθμιση: Τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα βρίσκονται σε εξωτερικό περιβάλλον και συνήθως χτίζονται σε περιοχές με ευνοϊκές καιρικές συνθήκες. Εκμεταλλεύονται τα ευχάριστα κλίματα, επιτρέποντας στους αγοραστές να απολαμβάνουν εξωτερικούς χώρους.

Διάταξη καταστήματος: Τα καταστήματα λιανικής και τα σημεία πώλησης είναι διατεταγμένα με τρόπο που συχνά θυμίζει οδόστρωμα, με τις βιτρίνες να βλέπουν σε εξωτερικούς διαδρόμους ή πλατείες. Αυτή η διάταξη παρέχει μια αίσθηση ανοίγματος και ενθαρρύνει την κυκλοφορία των πεζών.

Φιλικά προς τους πεζούς: Τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα έχουν σχεδιαστεί για να ενθαρρύνουν το περπάτημα, με φαρδιά, διαμορφωμένα μονοπάτια, υπαίθριους χώρους καθιστικού και μερικές φορές υπαίθριους χώρους ψυχαγωγίας.



Ποικιλία καταστημάτων λιανικής: Όπως τα παραδοσιακά εμπορικά κέντρα, τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα φιλοξενούν ποικίλες επιχειρήσεις λιανικής, συμπεριλαμβανομένων καταστημάτων ρούχων, εστιατορίων, καφέ, μπουτίκ, σούπερ μάρκετ και πολλά άλλα. Ο συνδυασμός των εμπορών λιανικής μπορεί να ποικίλλει, καλύπτοντας τις διαφορετικές προτιμήσεις των πελατών.

Φαγητό και ψυχαγωγία: Πολλά ανοιχτά εμπορικά κέντρα διαθέτουν υπαίθριες επιλογές για φαγητό, καφετέριες και χώρους ψυχαγωγίας. Αυτοί οι χώροι μπορούν να περιλαμβάνουν ζωντανή μουσική, ταινίες σε εξωτερικούς χώρους, εγκαταστάσεις τέχνης και χώρους αναψυχής για παιδιά.

Εξωραϊσμός και πράσινο: Ο εξωραϊσμός είναι βασικό στοιχείο στα ανοιχτά εμπορικά κέντρα, με τη συμπερίληψη δέντρων, φυτών, λουλουδιών και σιντριβανιών για τη δημιουργία μιας αισθητικά ευχάριστης και χαλαρωτικής ατμόσφαιρας.

Παροχές στάθμευσης: Τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα προσφέρουν συνήθως άφθονους χώρους στάθμευσης που βρίσκονται κοντά ή εντός του εμπορικού κέντρου για να φιλοξενήσουν επισκέπτες που φτάνουν με αυτοκίνητο.



Προσβασιμότητα: Τα χαρακτηριστικά προσβασιμότητας, όπως ράμπες, ανελκυστήρες και διάδρομοι πεζών που φιλοξενούν καροτσάκια και αναπηρικά καροτσάκια είναι σημαντικά στα ανοιχτά εμπορικά κέντρα για να διασφαλιστεί ότι όλοι οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν τον χώρο.

Τοπικός χαρακτήρας: Τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα συχνά στοχεύουν να αντανakλούν την τοπική κουλτούρα και το αρχιτεκτονικό στυλ της περιοχής, δίνοντάς τους έναν ξεχωριστό και μοναδικό χαρακτήρα.

Εποχιακές εκδηλώσεις: Αυτά τα εμπορικά κέντρα ενδέχεται να φιλοξενούν εποχικές εκδηλώσεις, όπως υπαίθριες αγορές, εορταστικές εκδηλώσεις ή υπαίθριες συναυλίες για να προσελκύσουν επισκέπτες και να δημιουργήσουν μια αίσθηση κοινότητας.

Περιορισμένα περιβλήματα: Ενώ τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα δεν έχουν μια παραδοσιακή κλειστή δομή, ορισμένα μπορεί να έχουν μερική κάλυψη, όπως τέντες ή στέγαστρα, για να παρέχουν σκιά και προστασία από τα στοιχεία.

Al Fresco Shopping: Η ιδέα του ανοιχτού εμπορικού κέντρου ευνοεί τα ψώνια και το φαγητό "al fresco", όπου οι πελάτες μπορούν να απολαύσουν το ύπαιθρο ενώ περιηγούνται σε καταστήματα ή απολαμβάνουν ένα γεύμα.

Πλεονεκτήματα του μοντέλου Open Mall:

Ελκυστικό περιβάλλον: Τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα διαθέτουν συχνά εξωραϊσμό, υπαίθρια καθίσματα και ανοιχτούς χώρους, δημιουργώντας ένα ευχάριστο και οπτικά ελκυστικό περιβάλλον για τους αγοραστές. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερες επισκέψεις και αυξημένη κίνηση στα πόδια.

Χαμηλότερο κόστος κατασκευής και λειτουργίας: Η κατασκευή ενός ανοιχτού εμπορικού κέντρου είναι συχνά λιγότερο δαπανηρή από την κατασκευή και τη συντήρηση ενός κλειστού εμπορικού κέντρου. Υπάρχει εξοικονόμηση στον έλεγχο του κλίματος, τον φωτισμό και άλλες υποδομές.

Ευέλικτοι χώροι λιανικής: Οι έμποροι λιανικής σε ανοιχτά εμπορικά κέντρα έχουν συχνά μεγαλύτερη ευελιξία στην προσαρμογή των βιτρινών και των υπαίθριων χώρων τους, κάτι που μπορεί να συμβάλει σε μια μοναδική και ζωντανή ατμόσφαιρα.



DIPIEN
AIR Mall

Φιλικά προς τις εκδηλώσεις: Τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα μπορούν εύκολα να φιλοξενήσουν εκδηλώσεις, ζωντανή ψυχαγωγία και εποχιακές δραστηριότητες, καθιστώντας τα ελκυστικά για τους επισκέπτες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και ενισχύοντας τη δέσμευση της κοινότητας.

Ορατότητα και προσβασιμότητα: Τα καταστήματα σε ανοιχτά εμπορικά κέντρα είναι συχνά πιο ορατά από το δρόμο και οι αγοραστές μπορούν εύκολα να περιηγηθούν στο ακίνητο με τα πόδια. Αυτή η ορατότητα μπορεί να οδηγήσει σε υψηλότερη επισκεψιμότητα πελατών.

Δείπνο και Υπαίθρια Εμπειρία: Πολλά ανοιχτά εμπορικά κέντρα ενσωματώνουν επιλογές για φαγητό σε εξωτερικούς χώρους, δημιουργώντας μια πιο ευχάριστη γευστική εμπειρία, ειδικά όταν ο καιρός είναι καλός.

Προσαρμοσίμα στο τοπικό κλίμα: Τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα μπορούν να προσαρμοστούν για να ταιριάζουν στο τοπικό κλίμα, με εξωραϊσμό και ανέσεις που ευθυγραμμίζονται με τα καιρικά πρότυπα της περιοχής.



Μειονεκτήματα του μοντέλου Open Mall:

Εξάρτηση από τον καιρό: Τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τις καιρικές συνθήκες. Οι κακές καιρικές συνθήκες, όπως η βροχή, το χιόνι ή η υπερβολική ζέστη, μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά την κυκλοφορία των πεζών και τις πωλήσεις.

Περιορισμένες εποχές αγορών: Σε περιοχές με σκληρούς χειμώνες ή περιόδους βροχών, η περίοδος αγορών μπορεί να είναι περιορισμένη, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει **σε ασυνεπείς ροές εσόδων.**

Ανησυχίες για την ασφάλεια: Η ανοιχτή φύση αυτών των εμπορικών κέντρων μπορεί να δημιουργήσει προκλήσεις ασφαλείας και οι έμποροι λιανικής μπορεί να χρειαστεί να επενδύσουν σε πρόσθετα μέτρα ασφαλείας.

Έλλειψη κλιματισμού: Η απουσία κλιματισμού μπορεί να είναι ένα μειονέκτημα σε ακραία κλίματα, όπου οι πελάτες μπορεί να προτιμούν την άνεση των εσωτερικών εμπορικών κέντρων.

Συντήρηση ακινήτου: Η συντήρηση εξωτερικών χώρων, εξωραϊσμού και εγκαταστάσεων μπορεί να είναι πιο εντατική και δαπανηρή λόγω της έκθεσης στα στοιχεία.

Βέλτιστες πρακτικές Open Mall Model

Ακολουθούν ορισμένες βέλτιστες πρακτικές για το σχεδιασμό και τη λειτουργία ανοιχτού εμπορικού κέντρου:

- Ομαλή ενοποίηση με το περιβάλλον
- Άφθονοι χώροι πρασίνου
- Υπαίθριοι χώροι συγκέντρωσης
- Σχεδιασμός φιλικός προς τους πεζούς
- Χώροι μικτής χρήσης:
- Εκδηλώσεις και ψυχαγωγία
- Τοπικοί και βιοτεχνικοί έμποροι λιανικής
- Επιλογές φαγητού και ποτών
- Βιωσιμότητα και Αειφορία
- Ασφάλεια και προστασία
- Συμμετοχή της κοινότητας
- Ευελιξία και προσαρμοστικότητα
- Προσβασιμότητα
- Χώρος στάθμευσης και συγκοινωνίες
- Ενοποίηση τεχνολογίας



Καλά παραδείγματα του Open Mall Model

The Grove (Λος Άντζελες, ΗΠΑ): Το Grove είναι ένα υπαίθριο εμπορικό και ψυχαγωγικό συγκρότημα που βρίσκεται στο Λος Άντζελες. Διαθέτει κεντρική περιοχή πάρκου, σιντριβάνια και μεγάλη ποικιλία από καταστήματα, εστιατόρια και επιλογές διασκέδασης. Το Grove είναι γνωστό για τον όμορφο εξωραϊσμό του και τις τακτικές εκδηλώσεις του.

The Third Street Promenade (Σάντα Μόνικα, ΗΠΑ): Βρίσκεται στη Σάντα Μόνικα της Καλιφόρνια, το Third Street Promenade είναι μια δημοφιλής υπαίθρια εμπορική περιοχή με μια ποικιλία από καταστήματα λιανικής, εστιατόρια και καλλιτέχνες του δρόμου. Είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα δημιουργίας ενός ζωντανού περιβάλλοντος πεζών.

The Wharf (Ουάσιγκτον, D.C., ΗΠΑ): Το Wharf είναι μια προκυμαία στην πρωτεύουσα του έθνους που συνδυάζει χώρους λιανικής, τραπεζαρίας, ψυχαγωγίας και κατοικιών. Είναι μια ανάπτυξη μικτής χρήσης με ιδιαίτερη έμφαση στη δημιουργία ενός ανοιχτού, ζωντανού περιβάλλοντος κατά μήκος του ποταμού Potomac.



Bicester Village (Bicester, UK): Το Bicester Village είναι ένα από τα Chic Outlet Shopping Village στην Ευρώπη. Αυτά τα υπαίθρια εμπορικά χωριά είναι γνωστά για τα πολυτελή καταστήματα και την εμπειρία αγορών σε στυλ χωριού.



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η Ελληνική Εμπειρία : Ανοικτό κέντρο εμπορίου στην Αγία Βαρβάρα

«Γιατί Ανοικτό Εμπορικό Κέντρο; Διότι θέλουμε να βγει έξω από τα όρια της πόλη, να έχει τις δυνατότητες ώστε να προσφέρει τα πάντα σε όλο τον κόσμο».

Ο Δήμαρχος Αγίας Βαρβάρας ο κ. Μίχος αναφέρθηκε στην άψογη συνεργασία των τριών φορέων που συνέπραξαν στη διοργάνωση του διαγωνισμού για τον σχεδιασμό του σήματος του «Ανοικτού Κέντρου Εμπορίου (ΑΚΕ) Αγίας Βαρβάρας», δηλαδή τον Δήμο, το Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών και το Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής επισημαίνοντας ότι τέτοιες συνεργασίες όπως αυτή με το Επαγγελματικό Επιμελητήριο και το Πανεπιστήμιο διασφαλίζουν την καινοτομία στις δράσεις και παράγουν εντυπωσιακά και ουσιαστικά αποτελέσματα.



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



“Η δημιουργία του Ανοικτού Κέντρου Εμπορίου Αγίας Βαρβάρας (Open Mall) στην εμπορική αγορά της πόλης είναι ένα ακόμα μεγάλο στοίχημα που έχει αναλάβει η δημοτική αρχή στο πλαίσιο του ευρύτερου σχεδίου για αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των πολιτών μέσα από την βελτίωση των υποδομών και την αναζωογόνηση του Επαγγελματικού και κοινωνικού κέντρου της πόλης.

Το έργο, με προϋπολογισμό 1.130.000 ευρώ, έχει, ήδη, δημοπρατηθεί και επιλεγεί μετά από διαγωνισμό ο ανάδοχος και σύντομα θα ξεκινήσει. Θα εκτελεστεί στη οδό Ελευθερίου Βενιζέλου (από τον κόμβο και ως τα όρια με τον Δήμο Κορυδαλλού) και στην Πλατεία Θεόδωρου Κολοκοτρώνη (Αγίας Ελεούσας) και θα οδηγήσει **στην αναβάθμιση της λειτουργικότητας και της φυσιογνωμίας της περιοχής, την ενδυνάμωση των επιχειρήσεων αλλά και την ανάκτηση της ταυτότητας της περιοχής.**

Με το έργο δημιουργίας του Open Mall θα κατασκευαστούν και **θα αναβαθμιστούν τα πεζοδρόμια στην Ελευθερίου Βενιζέλου, θα υπάρξει φύτευση δέντρων, καλύτερος φωτισμός, ορθότερη διαχείριση της κυκλοφορίας, Δημιουργία και τοποθέτηση υπαίθριων γλυπτών και εικαστικών εγκαταστάσεων και θα αναβαθμιστεί η προσβασιμότητα ΑμΕΑ τόσο στο δημόσιο χώρο όσο και στις επιμέρους υποδομές.”**

“Σε αυτό το πλαίσιο, θα αναπτυχθούν **ψηφιακές εφαρμογές** και ο Δήμος θα προβεί στην **προμήθεια λεωφορείου**, παρεμβάσεις οι οποίες βρίσκονται στο στάδιο της προκήρυξης του διαγωνισμού. Επίσης, θα δημιουργηθεί **Πάρκο Τσέπης**, θα **αναβαθμιστεί ο οδοφωτισμός με φωτιστικά σώματα LED**, θα εγκατασταθεί **ειδικός φωτισμός στα δέντρα** και θα υπάρξουν συστήματα **παροχής ασύρματης πρόσβασης στο διαδίκτυο (free WiFi)** για τους επισκέπτες.”



Αυτό που έχει ιδιαίτερη σημασία συνολικά για τον δήμο της Αγίας Βαρβάρας είναι ότι με τα έργα για τη διαμόρφωση του Ανοιχτού Κέντρου Εμπορίου στην εμπορική αγορά εξυπηρετούνται τρεις σημαντικοί στόχοι καθοριστικοί για την ανάπτυξη της πόλης και την αναβάθμιση της ζωής των κατοίκων της:

i. **Η οικονομική ενίσχυση της εμπορικής αγοράς του Δήμου Αγίας Βαρβάρας**

ii. **Η αναβάθμιση της λειτουργικότητας και αισθητικής του δημόσιου χώρου**

iii. **Η ανάδειξη της ταυτότητας της εμπορικής αγοράς του Δήμου Αγίας Βαρβάρας** Και αξίζει να αναφερθεί κάτι που συχνά υποτιμάται, ειδικά από όσους έχουν εύκολη την κριτική αλλά δυσκολεύονται να αρθρώσουν έναν μεστό και αξιόπιστο λόγο, **όλα αυτά που αλλάζουν το «κεντρικό» πρόσωπο της πόλης θα έχουν πολλαπλασιαστικά οφέλη για όλες τις γειτονιές του δήμου Αγίας Βαρβάρας.**

“Οι κ.κ. Μίχος και Χατζηθεοδοσίου συμφώνησαν ότι η συνεργασία των φορέων θα είναι συνεχής και ότι είναι ευκαταίε να αποκτήσει χαρακτήρα μόνιμης θεσμικής λειτουργίας, μιας και πρόκειται για έργο το οποίο **επιδρά στην πόλη αισθητικά, αλλά παράλληλα, δημιουργεί και αναπτυξιακές προοπτικές.**”



Άσκηση στη τάξη:

Εντοπίστε την εφαρμογή των Βέλτιστων – Αειφόρων Πρακτικών στη περίπτωση :

The Third Street Promenade (Σάντα Μόνικα, ΗΠΑ): Βρίσκεται στη Σάντα Μόνικα της Καλιφόρνια. Είναι μια δημοφιλής υπαίθρια εμπορική περιοχή με μια ποικιλία από καταστήματα λιανικής, εστιατόρια και καλλιτέχνες του δρόμου. Είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα δημιουργίας ενός ζωντανού περιβάλλοντος πεζών.





Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Αναπτύχθηκε από τη LEVER Σύμβουλοι Ανάπτυξης Α.Ε.,
μέλος του Ομίλου ΣΑΜΑΡΑΣ & ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ
Υπό την επίβλεψη του
κ. Βασίλη Μπλέσιου

