



## INFORMACJA PRASOWA

---

Warszawa, wrzesień 2015 r.

---

### **Pierwszy w Polsce Sportowy Dom Towarowy powstanie na terenie dawnej Fabryki Norblina**

**W wielofunkcyjnym projekcie rewitalizacji dawnej Fabryki Norblina w Warszawie powstanie Sportowy Dom Towarowy. Będzie to pierwszy tego typu koncept w Polsce, z popularnymi markami, jak i formatami dla pasjonatów konkretnych dyscyplin sportowych. Za komercjalizację powierzchni handlowej inwestycji odpowiada zespół złożony z przedstawicieli inwestora – Grupy Capital Park – oraz agencji: BOIG i Mediadem.**

*– Koncept Sportowego Domu Towarowego oznacza maksymalnie efektywne wykorzystanie powierzchni handlowej z korzyścią zarówno dla najemcy, jak i właściciela projektu, ale przede wszystkim klienta – mówi Diana Zaboklicka, konsultant opracowujący koncepcję. – W znacznym stopniu minimalizujemy m.in. bezproduktywną powierzchnię wspólną, a unikalnym markom sportowym dajemy możliwość zaistnienia, przy zmniejszonym ryzyku i kosztach, które dotąd były dla nich barierą nie do przejścia, jeśli chodzi o tradycyjne formaty spotykane w centrach handlowych. Z kolei klientom Sportowy Dom Towarowy da możliwość zakupów produktów marek, które do tej pory były nieobecne w Polsce oraz szybki dostęp do nowości rynkowych.*

Sportowy Dom Towarowy to innowacyjny koncept handlowy stworzony przez Grupę Capital Park, dający możliwość pogrupowania funkcjonalnego marek sportowych z wykorzystaniem efektu synergii komplementarnych brandów i produktów różnych firm. W projekcie rewitalizacji terenów dawnej Fabryki Norblina zajmie on powierzchnię 1 700 mkw. W środku znajdzie się m.in. ścianka wspinaczkowa.

Cechą charakterystyczną nowego konceptu jest podejście marek do procesu sprzedaży i relacji z klientem – aktywność w stosunku do produktu, zaangażowanie w kontakt z konsumentem i budowanie unikalnego doświadczenia zakupowego (consumer experience), a także interaktywność – poszukiwanie interakcji z klientem i otwartość na jego inicjatywy i opinie. – *To są marki wspierające uprawianie sportu, kibicujące swoim klientom, a Sportowy Dom Towarowy będzie miejscem, w którym pasjonaci będą doradzać pasjonatom – dodaje Diana Zaboklicka.*



W jednym punkcie na mapie Warszawy będzie można pozyskać fachowe doradztwo, zakupić zarówno profesjonalny, jak i amatorski sprzęt, ale także wziąć udział w wydarzeniach promujących aktywność i zdrowy styl życia. Czas spędzony w tym miejscu będzie połączony z edukacją, budowaniem relacji z daną dyscypliną i promowaniem zdrowego stylu życia na każdym poziomie zaawansowania.

Koncept Sportowego Domu Towarowego spotkał się z zainteresowaniem wielu marek. Inwestor jest na etapie zaawansowanych rozmów z ich przedstawicielami, a także z pasjonatami związanymi z konkretnymi dyscyplinami sportu. Najemcy jednogłośnie podkreślają, że ich konsument, a co za tym idzie – branża – przechodzą obecnie ewolucję.

*– Polski konsument jest coraz bardziej świadomy roli sportu na co dzień, coraz więcej ludzi biega w maratonach, korzysta z siłowni, ma własny program treningowy – sport jest kwintesencją zdrowego stylu życia. Sportowcy stają się ambasadorami nie tyle samych produktów, co doświadczeń, jakie idą za daną marką. Blogi stają się źródłem rekomendacji. Większość dyscyplin posiada aplikację umożliwiającą planowanie treningów. To stawia nowe wyzwania przed takimi firmami, jak nasza – tradycyjne formaty sprzedaży przestają być wystarczające, chociaż nic nie zastąpi bezpośredniego kontaktu z produktem i sprzedawcą – specjalistą i pasjonatem. Należy umiejętnie łączyć sprzedaż offline i online, a powierzchnią sklepową zarządzać w sposób elastyczny, dopasowując ją do realnych potrzeb klienta. Takie możliwości stwarza przestrzeń multibrandowa, której przykładem może być Dom Towarowy Globetrotter w Kolonii i Sport Concept sieci El Corte Ingles w Barcelonie – komentuje Michał Wojtiuk z Adventure Sports.*

*– Dziś bardzo ciężko znaleźć profesjonalny sprzęt w jednym miejscu – sklepy porzucane są po całym kraju, w większości przypadków oferty trzeba szukać w Internecie albo latem na Helu. Podoba mi się koncept Sportowego Domu Towarowego, bo pasjonaci takich sportów jak kitesurfing w końcu będą mieli fajne miejsce w którym mogą kupić sprzęt, znaleźć ofertę sprofilowanego wyjazdu, a także wymieniać się doświadczeniem. W takich dyscyplinach jak kitesurfing doradztwo specjalistów jest najważniejsze, bo to oni są w stanie najlepiej dobrać sprzęt i poradzić jak zacząć uprawiać dany sport czy doskonalić swoje umiejętności. Fajnie, że w SDT w jednym miejscu będzie wiele dyscyplin, bo nawet ktoś skupiony na konkretnej dyscyplinie, korzysta z innych aktywności i narzędzi żeby przygotować się i utrzymać formę. Zbilansowana dieta, trening na siłowni, czy bieganie to bardzo ważne elementy w*



*przygotowaniu do uprawiania takich sportów jak kitesurfing – komentuje Victor Borsuk, Mistrz Polski w kitesurfingu.*

## **Informacje dodatkowe**

### **O projekcie**

Celem właściciela terenu dawnej fabryki Norblina w Warszawie przy ul. Żelaznej 51/53, jest rewitalizacja nieruchomości na podstawie projektu stworzonego przez pracownię PRC Architekci.

Na terenie dawnej fabryki Norblina powstanie ponad 64 tys. mkw. powierzchni biurowo-usługowo-handlowo-kulturalnej na poziomach od -1 do +8. Parking znajdzie się na czterech kondygnacjach podziemnych.

Koncepcja rewitalizacji zakłada zachowanie 10 budynków oraz 44 kompleksów maszyn wpisanych do rejestru zabytków. Elementy te po renowacji będą wkomponowane w przyszły projekt. Nowa zabudowa powstanie nad zabytkowymi budynkami, tworząc tym samym otwartą przestrzeń skupioną wokół brukowanej głównej uliczki, przy której znajdują się zabytkowe budynki, pasáže, kawiarenki i butiki oraz odnowione maszyny. Te ostatnie będą częścią Otwartego Muzeum Dawnej Fabryki Norblina. Fundacja, powołana przez inwestora w celu prowadzenia działań w sferze kultury, sztuki i popularyzacji wiedzy o zabytkach przemysłowych dawnej fabryki, pracuje obecnie nad koncepcją nowoczesnego muzeum, które opowiadać będzie o przeszłości tego miejsca oraz ludziach z nim związanych.

### **Inwestor**

Grupa Capital Park jest doświadczonym i aktywnym inwestorem i deweloperem działającym na rynku nieruchomości w Polsce od ponad dziesięciu lat, specjalizującym się w wyszukiwaniu i wykorzystywaniu okazji rynkowych (ang. opportunistic investor). Głównym przedmiotem działalności Grupy jest nabywanie nieruchomości ze znacznym potencjałem budowy wartości, np. poprzez zmianę warunków zagospodarowania przestrzennego lub uzyskanie pozwolenia na budowę, budowę nowych lub przebudowę istniejących obiektów, lub poprawę zarządzania istniejącymi budynkami.

Capital Park osiąga dochody z najmu oraz ze sprzedaży nieruchomości lub produktów inwestycyjnych opartych na nieruchomościach. Grupa aktywnie poszukuje możliwości zakupu nowych projektów nieruchomościowych oraz nowych źródeł dochodów i wzrostu wartości w obszarach rynku charakteryzujących się dużym potencjałem rozwoju. Od rozpoczęcia działalności w 2003 roku Grupa przeprowadziła ok. 100 transakcji inwestycyjnych i zarządza portfelem nieruchomości obejmującym 75 projektów o łącznej powierzchni wynajmu brutto ok. 250 tys. mkw., zlokalizowanych w 37 miastach. Spośród tych projektów 39 nieruchomości handlowych typu high-street znajduje się w strukturze nowo utworzonego, innowacyjnego na polskim rynku Real Estate Income Assets FIZ AN, którym Grupa aktywnie zarządza i w którym posiada 15-proc. udział.

Na dzień 31 grudnia 2014 r. bieżąca wartość portfela nieruchomości zarządzanych przez Grupę wynosiła 1,6 mld zł. Na dzień 31 grudnia 2014 r. 79% bieżącej wartości portfela Grupy stanowiły nieruchomości w Warszawie, czyli na największym i jednym z najbardziej perspektywicznych rynków nieruchomości komercyjnych w Polsce.

### **Kontakt:**

Biuro Prasowe  
Katarzyna Mituła  
00 48 22 642 24 16/17, +48 783 23 83 83  
e-mail: k.mitula@mediadem.pl  
ul. Kołobrzaska 34, 02-923 Warszawa