

Witold Gilewicz\*

## PRODUKT ARCHITEKTONICZNY

### ARCHITECTURAL PRODUCT

Artykuł stanowi przyczynek do problemu wpływu systemów finansowania procesu inwestycyjnego na projektowanie architektoniczne. Spośród wielu czynników kształtujących formę architektoniczną wpływ ten zaznacza się jako jeden z głównych motorów powstawania tzw. *architektury komercyjnej*

*Słowa kluczowe: architektura komercyjna, budynki komercyjne*

This Article contributes to problem of influence of financing systems in the building investment process on architectural design. Among many factors shaping architectural form this influence is one of the most important driving force of so called commercial architecture.

*Keywords: commercial architecture, commercial buildings*

Czy istnieje architektura, architektura bez potrzeby funkcji, materiału, kontekstu, budowana w wyobraźni twórcy bez ograniczeń, efemeryczna, swobodna, piękna architektura pozbawiona inwestora i budżetu? Czy dopiero ten poziom abstrakcji mógłby postawić ją na równi z malarstwem lub rzeźbą? Czy zatem architektura zwana „matką” wszystkich sztuk może pretendować do tej roli jeśli, aby zaistnieć, musi borykać się z tymi ograniczeniami?

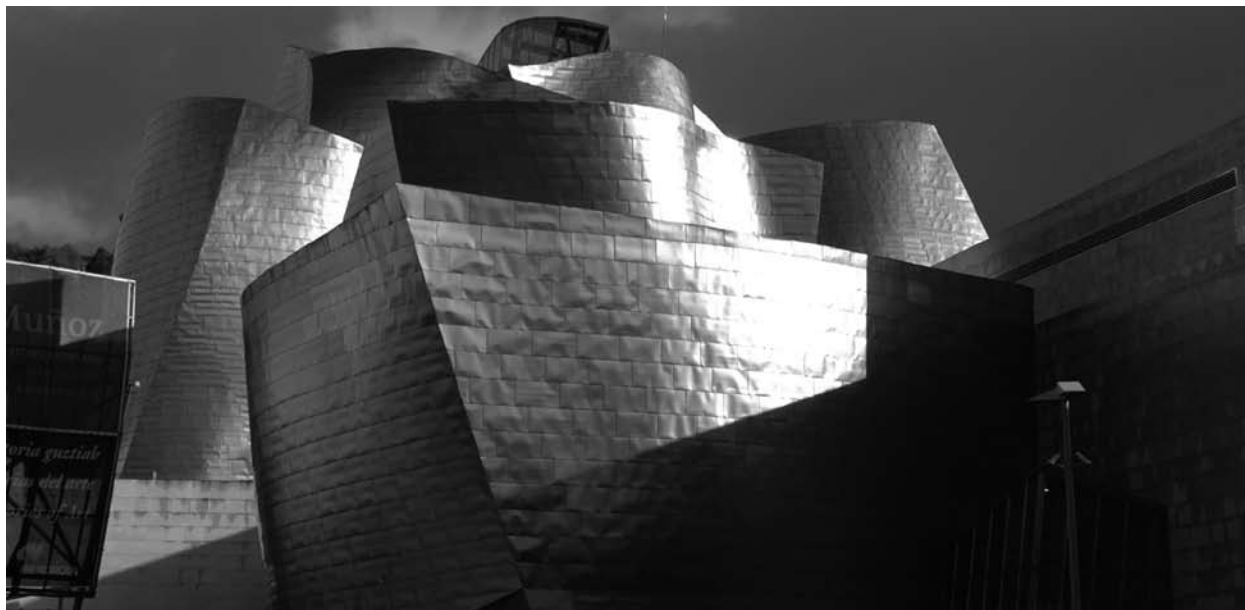
Projektując budynki zwane potocznie komercyjnymi stawialiśmy sobie te pytania wielokrotnie. Obiekt komercyjny – już samo to określenie tłumaczy cel jego realizacji – zysk. Zysk, pochodzący z zainwestowanych pieniędzy – najczęściej poza tak zwanym wkładem własnym inwestora, z kredytu bankowego, ostatecznie wygenerowany ze sprzedaży lub najmu budynku.

Architekt staje się więc w jakimś sensie zakładnikiem zainwestowanych środków, które w wypadku dużych wieloużytkowych obiektów liczyć można w dziesiątkach milionów euro. Obiekt architektoniczny oprócz klasycznych czynników jego kształtowania, takich jak miejsce lokalizacji, kontekst kulturowy i kontekst otoczenia, funkcja, konstrukcja, materiały budowlane, technologia, prawo budowlane i wiele innych staje się wykładnikiem sukcesu lub ekonomicznej klęski tego, kto powołał go do życia – Inwestora. Jeżeli budowla nie „spełni” pokładanej w niej nadziei zysku, to porażka na tym polu jest bardzo dotkliwa.

Jest rzeczą oczywistą, że Inwestor zrobi wszystko, aby uniknąć takiej sytuacji i wypracował szereg schematów działania mających na celu jej uniknięcie. Począwszy od badania rynku, przez analizę poprawności lokalizacji, ograniczeń komunikacyjnych

\* Gilewicz Witold, dr inż. arch., Politechnika Krakowska, Wydział Architektury, Instytut Projektowania Architektonicznego.

1. Muzeum sztuki współczesnej, Bilbao, arch. F. Ghery, fot. autora.
2. Centrum handlowo-usługowe „Galeria Kazimierz”, Kraków, fot. autora.



fot. 1.



fot. 2.

a w zespołach handlu i usług tak zwany mikś najemców do analiz chłoności terenu a w konsekwencji do ustalenia szczegóowego programu inwestycji.

Architekt w całym procesie staje jednym z wielu specjalistów i musi realizować ustalenia szeregu ekspertów. Ustaliłem, iż w projekcie centrum handlowego „Galeria Kazimierz” w Krakowie brało udział przeszło 150 specjalistów z różnych branż.

Jak pisze w swojej książce *Looking Around* Witold Rybczyński: *W odniesieniu do tego, że projekt i budowa angażuje wiele osób, architektura staje się wysiłkiem kolektywnym. Ale budynki są także produktem społeczeństwa jako całości – jego prawodawstwa, zamożności, technologii, zwyczajów a ponad wszystko kulturowej tradycji* [1] i tu należy dodać, iż siła argumentów ekonomicznych staje się jednym z wiodących czynników wpływających na powstania budowli i jej działanie.

Poszukiwanie racjonalności ekonomicznej w budownictwie „komercyjnym” stało się intratnym polem w dziedzinie zarządzania procesem inwestycyjnym. Na polu tym wyrosły takie potęgi międzynarodowych doradców jak firmy „Bowis Land-Lease”, „EC Harris”, „PM Group” i inni. Biorąc pod uwagę projektowanie najbardziej skomplikowanych zespołów komercyjnych jakimi są galerie handlowe Inwestor nie zaryzykuje eksperymentu architektonicznego, lecz narzuca architektowi poruszanie się zgodnie z utartymi i sprawdzonymi schematami geometrii budowy centrum. Stając przed białą kartą papieru zdajemy sobie sprawę, że proces kreacji zaczął się już gdzie indziej, a nam pozostaje troska o złożenie tej łamigłówki ograniczeń i wytycznych w logiczną – i piękną całość?

Szczęśliwie mamy do dyspozycji proporcje (nie zawsze) porządek, detal, materiał budowlany (nie zawsze), a w końcu każdy budynek składać się musi z szeregu konwencjonalnych elementów – drzwi, okien czy schodów.

Jeśli architektura jest sztuką, to jest to niewątpliwie również sztuka dobrych kompromisów. Jak pisze W. Rybczyński: *kompromisów pomiędzy pięknem i praktycznością, pomiędzy idealnym a możliwym, pomiędzy innowacją a tradycją* [2].

Czy piękno architektonicznego obiektu można przełożyć na sukces komercyjny lub przynajmniej na jego część? I tak i nie. Jeśli uzyskany efekt architektoniczny idzie w parze z racjonalnością ekonomiczną – często ma to być elegancka prostota.

Często w rozmowach z inwestorami próbowaliśmy zwrócić uwagę na tzw. efekt Bilbao (fot. 1), gdzie projekt, tak niekomercyjnego obiektu jakim jest muzeum, stał się nie tylko architektoniczną ikoną ale również generatorem znakomitych zysków i rozwoju miasta. Odpowiedź była prosta: *zakładany tam budżet obiektu został przekroczony wielokrotnie (...) wtedy mamy już do czynienia z mecenatem, a nie inwestorem nasz bank nigdy by nie podjął takiego ryzyka.*

Na szczęście w świecie mamy już kilka przykładów obiektów których komercyjne „pochodzenie” nie wyklucza architektonicznej jakości a (...) *budynki jak ludzie, mają życie, może nawet duszę. Starzeją się i zużywają, pokazują znaki ludzkiego zamieszkania i użytkowania, stopniowo uzyskują charakter, jakość która upiększa i wzmacnia oryginalną ideę architekta* [3] (tłum. autora) (fot. 2).

#### PRZYPISY:

[1] W. Rybczyński, *Looking around: a journey through architecture*, 1<sup>st</sup> Harper perennial ed. Toronto 1992, s. 191.

[2] *Ibidem*, s. 191.

[3] *Ibidem*, s. 192.