



רן ומוריס אדריכלים קניון ברומניה | צילום: אפי רומניה



רן ומוריס אדריכלים, קניון BIG בבבלגרד | צילום: איתי סיקולוסקי

# הקניונים חייבים להשתנות

את הקניונים במאה ה-21, אומרים האדריכלים רן ינוב ומוריס אלגזי, יש לראות ככיוון העיר החדשה. התכלית היא של חוויה, מקום מפגש ובילוי ולא רק מרכז קניות. לדבריהם, רק מי שיצליח לייצר אטרקציות לצד חללי תוכן, שיהפכו את הבילוי בקניונים לחוויה ממגנטת ויגבירו את תחושת השייכות של הלקוחות למקום, ירוויח | דנה אבן-זן

העולם היום מרוכב הזדמנויות ולא לינארי כמו פעם. פעם הלכנו לחנות, קנינו וזהו. הסטטיסטיקה מצביעה על כך שאינטראקציות דיגיטליות משפיעות על גידול במכירות וכי דווקא השילוב עם חנויות פיזיות מגביר את הרווחיות עוד יותר.

**שינוי תרבותי ושינוי הרגלים**  
בקניון BIG Fashion, שתכננו השניים בבבלגרד ומתפרש על פני שלוש קומות ושטח של 45 אלף מ"ר, ניתן להתרשם מפלורליזם עי-צובי איכותי, שכולל לצד מאות חלונות ראווה בוהקים, שטיחי רצפה אורנמנטליים, כולל על והקירות, גופי תאורה שעוצבו על-ידי המעצב הבניין המצליח אריאל צוקרמן, פינות ישיבה חניניות, אשר פזורות ברחבי הקניון, ומכיוון מרכזית רחבה שמאפשרת להכיל פעילות תרבותית רבת-משתתפים. אפילו ניתן להשתמש ולרדת בין קומות הפוד-קורט עם מגלשה. אבל אלה הם רק הדברים שנראים לעין. בפועל, מסגירים רן ומוריס, קיימת תורה שלמה שמ"תחילה מהפילוסופיה של השופינג דרך תכנון מדוקדק של רוחב המעברים, הטמפרטורה, תחושת המרחב, ניטרול ההמולה אשר בחוץ, המרחק בין המעליות והדרגנועים ועד מיקום חדרי השירותים.

נקודת ההתייחסות מחייבת את המתכננים להסתכל על כלל המבקרים בקניון ועל השונות ביניהם. על כן עבודת המחקר על אופי המקום והסביבה, אופי האוכלוסייה והנגישות הינה הכרחית ליצירת בידול ספציפי. כך בעצם נבנה הסיפור הייחודי של קניון ו/או מרכז מסחרי. "עמוד השדרה של השינוי הוא שינוי בת" מהיל המקובל והוספת פרמטר תכנוני חדש והוא התכנון של המרחב הציבורי בקניון כיישנות בפני עצמה", מסכמים רן ינוב ומוריס אלגזי. "מרחב זה אינו משמש רק כמעבר טכני אל החנויות ומתן ברור לנו כי תכנון השימושים והפעילות במרחב זה הם חלק בלתי נפרד כיום מהתכנון הכולל של הקניון ו/או המרכז המסחרי".



מימין: מוריס אלגזי ורן ינוב | צילום: יח"צ

פשר שילוב מנצח וכלכלי בין האון-לייף לאוף-ליין. בטרמינולוגיה שלהם מדובר בשילוב בין "הקליק" ל"בריק", שכן סקר השוק כבר נעשה באון-ליין, בבית. על האוף-ליין מוטלת כעת המשימה ליצור חוויית משתמש סוחפת כשם שהשכילו לעשות עם חנויות הפופ-אפ. רק מי שיצליח לייצר אטרקציות לצד חללי תוכן, שיהפכו את הבילוי בקניונים לחוויה ממגנטת ויגבירו את תחושת השייכות של הלקוחות למקום, ירוויח.

**קשר דו-כיווני עם הצרכן**  
הקניון חייב להתחרות בנוחות ובקלות שמ"ציע האון-ליין. בזכות הטכנולוגיה, הצרכן שולט, מנווט ובוחר את מה שמתאים לו בשירותי האון-ליין. ברשת עוקבים אחר הצרכן ומתאימים עבורו את ההצעות, תוך כדי הקשבה לצרכים שלו, גם אם הוא לא ביקש זאת. כאשר הוא מגיע לקניון הוא מצפה (היום כבר באופן טבעי ובלתי מודע) לקבל את אותו הדבר. הרעיון המרכזי הוא יצירת קשר דו-כיווני עם הצרכן, שיבוא לידי ביטוי עוד טרם כניסתו לקניון, כמו איתור ושמירת חנייה, שירותי קונסיירז', מידע זמין און-ליין וכדומה.

**א**ינפלציית הקניונים, זירת האון-ליין המתחזקת ושינויים טכנולוגיים המשפיעים על הרגלי הצריכה, מביאים את קברניטי הקניונים ומרכזי המסחר להתכנסות מחדשת, אם כי רבים מהם עדין נוטים לעיוורון מרצון ולא מבינים שהעולם כבר מזמן זז למקום אחר.

הדוגמה הצורמת ביותר היא של קניון אר-נה בהרצליה, אשר נרכש על-ידי "קרן ריאלטי", שמשקיעה כעת מילוני שקלים, כולל שכירת שירותיו של האדריכל-כוכב הבריטי נורמן פוסטר, בתוכנית משנה מציאות, שאולי תביא סוף-סוף את קניון ארנה לרווחיות כלכלית.

אבל המצב בהחלט לא היה אמור להיות ככה, מעידים האדריכלים רן ינוב ומוריס אלגזי, שא"חראים על עיצובם ותכנונם של שלושה מרכזי קניות וקניונים גדולים באירופה ומספר קניונים בארץ.

רן ומוריס, אשר עומדים בראש משרדי אדריכלים מוערך, טוענים, כי השינוי עוד בחיתוליו, אך מתחיל להתממש. רגע לפני שהם ממריאים לבלוגריה לפגישה עם יזם, שהינו הבעלים של קרן השקעות דרום-אפריקאית גדולה, על מנת לבצע מתיחת פנים לקניון גדול בעיר סופיה, שמענו מהם על המגמות העתידיות בעיצוב קניונים ומרכזי מסחר ומהי נוסחת הקסם, אם יש כזו, שתביא לעלייה ברווחיות הקניון ויצירת נאמנות של לקוחות.

## הכל עומד להשתנות

צמד האדריכלים מתייחס לקניונים במאה ה-21, כסוג של "כיוון העיר" החדשה. התכלית היא של חוויה, מקום מפגש ובילוי ולא רק מרכז קניות. לדידם, הקניונים ייקלטו אטרקציות כמו פנאי וספורט, יופי ואסתטיקה ואפילו תרבות. הכל על מנת לאפשר בילוי איכותי יותר. מעבר לבילויים, הם מצביעים על תחום ההסעדה כמי שיעבור מפנה. בתי הקפה ומסעדות ראיות ישרו בצו בין החנויות ולא באזור ייעודי ונפרד. בילוי כבר אמרנו?