



EUROVEA CITY – nová štvrť v Bratislave

Bratislava, 20. júla 2018 – Zóna v blízkosti multifunkčného objektu Eurovea na nábreží Dunaja prechádza v tomto období mimoriadne dynamickou premenou. Dokončením projektov Eurovea2 a PANORAMA CITY, a ich vzájomným prepojením, získa Bratislava novú plnohodnotnú mestskú štvrť, ktorá ju kvalitou architektúry a verejných priestorov priblíži moderným európskym metropolám. V centrálnej lokalite Bratislavy vyrastá EUROVEA CITY, ktorá má ambíciu naplniť predstavy o príjemnom živote v meste Bratislavčanov aj návštevníkov hlavného mesta.

„Projekt Eurovea považujem za jedno z najživších miest v Bratislave. Ale o tom, či je nejaké miesto obľúbené u ľudí, nerozhodujú developeri alebo vedenie mesta či odborníci, ľudia si svoje obľúbené miesta vyberajú sami. A tak sa to stalo aj v Eurovee – developer vytvoril podmienky a priestor, ale ľudia rozhodli, ako chcú tento priestor využívať,“ hovorí o atmosfére Eurovee Peter Korbačka, ktorý stojí za víziou EUROVEA CITY.

„Nad tým, ako túto lokalitu rozvíjať ďalej rozmýšľam už niekoľko rokov. Našou filozofiou je, na základe skúseností z developmentu a retailu, ale aj za pomoci zahraničných odborníkov, vytvoriť kvalitný mestský priestor, ktorý si potom „osvoja“ ľudia a „zaplnia“ ho svojimi aktivitami a svojou predstavou o trávení času,“ vysvetľuje P. Korbačka.

Logo EUROVEA CITY vyjadruje dynamickú premenu „miesta na štvrť“

Dynamická premena územia sa odrazila aj vo vizuálnej identite. Jednotlivé súčasti budúcej štvrte, ktoré budú mať aj vlastné vizuálne stvárnenie, bude odteraz prepájať spoločná identita EUROVEA CITY. Tá vychádza z toho, že miesto na Dunaji, ktoré bolo donedávna vnímané najmä ako jedinečný priestor pre nákupy a zábavu, vyrástlo až na mesto s plnohodnotnou zónou pre mestský život. Zelené parky, nábrežie, integrovaná doprava, ulice naplnené kultúrou, a tiež mnohé administratívne budovy pre profesionálny rast dotvárajú jej samostatný mestský charakter. Zóna Eurovea tým nadobudne úplne nový rozmer a zaslúži si prívlastok CITY. Nové logo je inšpirované pôvodnou ideou rovnomerných farebných objektov, ale dostalo štylizovanejšiu formu. Reflektuje tým novovzniknutú mestskú oblasť a tvarom akoby kopíruje panorámu budov na brehu Dunaja.

EUROVEA CITY v číslach

EUROVEA CITY predstavuje nábrežnú štvrť, ktorej súčasťou sú existujúce projekty Eurovea, Tower 115 a PANORAMA CITY a po dokončení sa do nej zapoja aj Eurovea2 a všetky administratívne budovy PANORAMA BUSINESS. Po dokončení pribudnú nielen byty, kancelárie a obchody, ale aj kongresové priestory, ďalšie dve námestia, parky a otvorené športoviská. Dominantou štvrte by mal byť vôbec prvý mrakodrap na Slovensku a ak sa naplní predložená vízia, celú štvrť prepojí so zvyškom mesta električka.

Po dokončení a prepojení všetkých projektov bude administratíva tvoriť cca 285 000 m², počet bytov dosiahne 1 470, 95 000 m² budú tvoriť obchodné prevádzky a kongresové priestory ponúknu 8 500 m². Celá zóna bude mať v budúcnosti asi 3 000 rezidentov, 40 000 pracujúcich a očakáva sa, že denne ju navštívi 65 000 ľudí. Dôležitými subjektami a „susedmi“ v zóne sú aj Slovenské národné divadlo, ktoré plní významnú kultúrnu funkciu, Galéria Slovenskej výtvarnej únie ale aj prítomnosť viacerých štátnych inštitúcií.



Eurovea je už dnes viac ako nákupné centrum

Eurovea sa za osem rokov stala najprestížnejším nákupným bulvárom Bratislavy. „Kľúčovým faktorom úspechu je samozrejme štruktúra nájomníkov, ktorá musí zohľadňovať jedinečnú pozíciu v centre mesta, a preto sa Eurovea stala „high street“ Bratislavy s vlajkovými loďami prestížnych značiek,“ hovorí Oľga Hammer, PR a marketingová manažérka Eurovea. Zo značiek, ktoré majú unikátne zastúpenie na Slovensku zatiaľ iba v Eurovea, možno spomenúť Armani Exange, Baldinini, BCBGMAXAZRIA, Guess Jeans, Luisa Spagnoli, Pinko, Penny Black, Trussardi Jeans, TWIN-SET by Simona Barbieri, Weekend Max Mara, IQOS boutique a Nespresso.

Denná návštevnosť Eurovea sa dnes pohybuje na úrovni 35 000 ľudí (denný priemer za rok 2017) a v decembri sa očakáva prekonanie rekordného míľniku: 100 miliónov návštevníkov od otvorenia v roku 2010. „Popri veľkej obľúbenosti u návštevníkov nás teší, že Eurovea nie je iba bežným nákupným centrom, o čom svedčí množstvo kultúrnych a športových podujatí pre verejnosť, ktoré tu organizujeme,“ vysvetľuje O. Hammer. Celkovo Eurovea hostí od 20 do 45 eventov mesačne.

Eurovea sa stala partnerom alebo poskytla priestor už mnohým neziskovým projektom a charitatívnym organizáciám, medzi inými to boli Liga proti rakovine, Detské kardiocentrum, Deťom s rakovinou, Hodina deťom, Deň nezábudiek – Liga za duševné zdravie, Biela pastelka, Deň mnohopočetného myelómu, Beh reumatikov, Želaj si, Avon pochod, Beh pre zdravie, 5 minút pre zdravie, Modrý gombík s UNICEF, Svetový deň srdca, Červený kríž a ďalšie.

Zázemie tu našli top športové podujatia, viaceré aj s medzinárodným presahom, ako napríklad ČSOB maratón, Night run, DM run, finále slovenského turnaja v plážovom volejbale, univerzitné Majstrovstvá sveta v lezení na umelú stenu, Majstrovstvá Európy v squashi, slovenské finále 3x3 Central Europe Tour v basketbale, prebehol tu štart 4. etapy cyklistických pretekov Okolo Slovenska, každoročne tu končí beh Štefánik trail, ďalej Slovenský pohár v karate, finále volejbalu školských tímov, Strong man – Majstrovstvá Slovenska v zdvíhaní klady a atď. Vznikajú tu fan zóny počas dôležitých športových podujatí a v zime je verejnosti k dispozícii najväčšie outdoorové klzisko v Bratislave.

Z festivalov sa tu každoročne konajú Viva Musica, Kultúrne leto, Cirkulart. Čoraz viac sa organizujú aj podujatia na popularizáciu vedy alebo vzdelávacie projekty, medzi inými European Space Expo, Vedecký veľtrh, Deň elektromobility. Z populárnych podujatí pre verejnosť možno spomenúť módný týždeň Eurovea Fashion Forward či populárnu Bielu noc.