



REPUBLIKA HRVATSKA
PRIMORSKO - GORANSKA ŽUPANIJA



GRAD RIJEKA
Gradonačelnik

KLASA: 023-01/19-05/42
URBROJ: 2170/01-15-00-19-2
Rijeka, 5. lipnja 2019.

Gradsko vijeće Grada Rijeke
n/p predsjednika Gradskog vijeća,
gospodina Andreja Poropata

**Predmet: DUŠKO MILOVANOVIĆ – pitanje člana Gradskog vijeća Grada Rijeke
- dostava odgovora**

Poštovani gospodine Poropat,

član Gradskog vijeća **DUŠKO MILOVANOVIĆ** je, temeljem članka 73. stavka 1. Poslovnika Gradskog vijeća Grada Rijeke, postavio pisano pitanje koje se odnosi *na prostorno-plansku dokumentaciju Grada Rijeke kojom se određuje namjena korištenja zemljišta, odnosno načinu planiranja objekata trgovačke namjene i benzinskih postaja.*

Gospodin Milovanović zamolio je informaciju da li se prema prostorno-planskoj dokumentaciji Grada Rijeke planira, odnosno dopušta gradnja većih objekata trgovačke namjene te da li se planira ograničenje, kao i gradnja novih benzinskih crpki privatnih investitora te da li se planira ograničenje.

Planiranje trgovačkih sadržaja nije regulirano zakonskim ili podzakonskim aktima, osim kategorizacije trgovačkih građevina koja je utvrđena *Pravilnikom o minimalnim tehničkim uvjetima za poslovne prostorije u kojima se obavlja trgovina i posredovanje u trgovini i uvjetima za prodaju robe izvan prostorija.*

Pravilnikom je određeno kako *trgovački centar* predstavlja građevinu trgovačke namjene s najmanje 3.000 m² površine prodajnog prostora, a sadrži različite vrste prodavaonica kao što su specijalizirane prodavaonice, samoposluge, robne kuće i sl., kao i netrgovačke sadržaje poput banaka, poštanskog ureda, ugostiteljstva, sadržaja za slobodno vrijeme i dr. Ukoliko građevina trgovačke namjene ne sadrži opisane sadržaje, tada se, sukladno istom Pravilniku i ovisno o površini, takva građevina klasificira kao *supermarket* (površina prodajnog prostora od 400-2.500 m²), *hipermarket* (površina prodajnog prostora od najmanje 2.500 m²), *robna kuća* (površina prodajnog prostora od najmanje 600 m²) itd.

Sadržaj Pravilnika dijelom odražava aktualne pristupe razvoju trgovačke mreže prema kojima se klasifikacija trgovačkih građevina temelji na gravitacijskom području, morfološkoj strukturi i funkcionalnoj strukturi. S obzirom na veličinu gravitacijskog područja koje se analizira, ne samo po osnovi broja korisnika i domaćinstava, već i po osnovi prihoda, kupovne moći, stupnju motorizacije i dr. izdvajaju se četiri tipa trgovačkih centara:

- *Središnji poslovni centar* – gradsko središte u kojemu je trgovina jedan od glavnih i lako dostupnih sadržaja kao, primjerice Korzo;
- *Regionalni centar* - kratkoročne i dugoročne potrebe do oko 100.000 stanovnika do 90.000 m², u pravilu smješten uz brze komunikacije regionalnog značaja;
- *Komunalni centar* – kratkoročne i dugoročne potrebe do oko 20.000 stanovnika, do oko 9.500m²;
- *Centar stambenog naselja* – za kratkoročne potrebe više tisuća korisnika, do oko 3.000 m².

Morfološka klasifikacija odnosi se na izgled i strukturu trgovačkog centra te se razlikuju Strip, Court, Mall, Plaza i Cluster centar. Najzastupljeniji morfološki oblici trgovačkih centara u Hrvatskoj su *mall centar*, a to je zatvoreni tip s dva reda trgovina uz pješačku „ulicu“ te *plaza centar* koji predstavlja veći broj kratkih ulica s trgovinama koje su često raspoređene i na katovima, okupljene oko središnjeg „trga“.

Konačno, prema funkcionalnoj strukturi trgovački centri dijele se na *centre u užem smislu*, a to je jedna ili više osovinskih trgovina, u našim prilikama najčešće supermarketi hrane, s puno manjih trgovina i uslužnih prostora te *tematske trgovačke centre* koji nemaju osovinskih trgovina, ali nude posebnost izgleda i sadržaja kao što su, primjerice outlet centri, modni centri i sl.

Brojni ulagači u preferiraju izgradnju trgovačkih centara jer isti, radi okupljanja većeg broja trgovina, uslužnih i zabavnih sadržaja te organizacije prostora koja se zasniva na oponašanju ugođaja trgova i ulica, što više privlači posjetitelje i potiče sinergijski učinak. U tom smislu, trgovačkim centrima u užem smislu može se označiti manji broj građevina trgovačke namjene, a u Rijeci Tower centar na Pećinama, Zapadni trgovački centar u Zvonimirovoj ulici, TC Kaufland na Krnjevu i Konzumov centar Fiume u Škurinjama od novijih te Robna kuća "Ri" od ranije izgrađenih.

Daleko veći broj starijih i novijih građevina spada u skupinu super, odnosno hiper marketa, čiju izgradnju forsiraju pojedini trgovački lanci kao što su Lidl, Spar, Plodine i sl., kao dio vlastite strategije razvoja, osvajanja tržišnih udjela. Noviji trendovi trgovanja posebnu pažnju usmjeravaju na razvoj, tzv. *trgovine u susjedstvu*, pa se i veliki trgovački lanci sve češće orijentiraju na tzv. maloformatne trgovine tj. izgradnju novih ili prenamjenu postojećih prostora za smještaj samoposluga unutar gradskih četvrti.

Razvoj trgovačke djelatnosti može se pratiti i analizirati korištenjem brojnih pokazatelja. Za osnovnu ilustraciju stanja, ovom prilikom koristi se samo podatak o prosječnoj površini prodajnog prostora u trgovini na malo u odnosu na broj stanovnika. Prema raspoloživim podacima 2016. godine u Republici Hrvatskoj u funkciji je bilo 1,10 m² maloprodajnog prostora po stanovniku. Hrvatski zavod za statistiku pokazuje istu vrijednost, ali za 2014. godinu kao baznu, pri čemu od prosjeka odstupaju Primorsko-goranska, Istarska, Zadarska i Šibensko-kninska županija s 1,3 m²/ st. Iste, 2014. godine, u Republici Hrvatskoj u funkciji je 4.465 mil m² maloprodajnog prostora od kojih samo u Gradu Zagrebu 996.000 m². Budući da je u razdoblju od 2015. do 2017. godine izgrađeno novih 527.000 m² građevina za trgovinu *na veliko i malo*, može se zaključiti kako se površina maloprodajnog prostora u međuvremenu približila veličini od 5 mil m². Ukoliko se uzme u obzir kako je površina maloprodajnog prostora u Republici Hrvatskoj 1989. iznosila oko 1,7 mil m², 2004. oko 3,5 mil m², 2014. oko 4,5 mil m², pri čemu se istovremeno bilježi kontinuirani pad stalnog broja stanovnika, tada je jasan izvor percepcije zasićenosti trgovačkim sadržajima.

<i>Površina prodajnih prostora u europskim zemljama, 2016.</i>	<i>m²/st.</i>
Austrija	1,67
Belgija	1,61
Švicarska	1,44
Njemačka	1,44
Danska	1,43
Finska	1,42
Norveška	1,30
Švedska	1,27
Francuska	1,23
Irska	1,16
Estonija	1,14
Slovenija, Španjolska	1,12
Litva	1,11
Hrvatska	1,10
Velika Britanija	1,09
Češka, Litva	1,04
Italija	1,03
Mađarska	1,02
Slovačka	1,01
Portugal, Bugarska, Rumunjska Grčka, Turska, Ukrajina	0,99-0,43
Izvor: www.gfk.com/marketing	

Grad Rijeka i dalje izaziva interes za nova ulaganja u izgradnju trgovačkih sadržaja, posebno tipa malla, outleta i tematskih trgovačkih centara. U tom smislu prepoznat je potencijal područja Rujevice, koje je važećim Generalnim urbanističkim planom grada Rijeke određeno za razvoj Sekundarnog gradskog središta, novog područja centralnih sadržaja, među kojima se mogu naći i trgovački sadržaji, ali ne kao primarni i dominirajući. S obzirom da je riječ o izrazito kvalitetnom i prilično velikom području, čiji je potencijal posebno naglašen blizinom prometnica od regionalnog značaja, ovaj je prostor potrebno pažljivo i odgovorno planirati. U tom cilju, za područje Rujevice potrebno je najprije provesti natječaj za urbanističko-arhitektonsko rješenje te potom izraditi urbanistički plan uređenja koji će predstavljati osnovu za daljnju pripremu i provedbu zahvata u prostoru, najprije u cilju izgradnje infrastrukture i prometnica kao preduvjeta izgradnje drugih sadržaja. U programu rada Odjela gradske uprave za razvoj, urbanizam, ekologiju i gospodarenje zemljištem, za ovu godinu predviđena je provedba natječaja, a izrada plana tijekom sljedeće godine. Tek po izradi i donošenju urbanističkog plana uređenja bit će moguće utvrditi daljnje aktivnosti u izgradnji.

Vezano za planiranje izgradnje benzinskih postaja, neosporna je činjenica kako je tijekom proteklog desetljeća u Rijeci, ali i u susjednim gradovima i općinama kao što su Opatija, Matulji, Kastav, Bakar, Čavle, Viškovo i Kostrena, izgrađen značajan broj benzinskih postaja. Analiza postojećeg stanja pokazuje kako je na području Grada Rijeke u radu 19 benzinskih postaja, uz koje djeluju i dvije postaje za punjenje auto-plina. Doduše, sve one se ne mogu promatrati na jednak način. Naime, postaja 1 koja je smještena na tzv. zaobilaznici, zapadno od čvora Rujevica, primarno je u funkciji korisnika brze ceste, postaje za punjenje auto-plina (Baračeva ul. i Pehlińska cesta) specijalizirane su samo za prodaju ove vrste goriva, dok se preostalih 18 može promatrati kao mreža koja zadovoljava potrebe građana i drugih korisnika, bez obzira na kategoriju ceste, odnosno ulice uz koju su izgrađene. Naime, prema službenoj kategorizaciji, 7 postaja smješteno je na državnim cestama, a 11 na nerazvrstanim (gradskim) cestama.

Prema vremenu izgradnje, od 19 postaja, njih 8, sve u vlasništvu INA-e, d.d., pokrivalo je potrebe korisnika do, približno, kraja 90-ih godina 20. st., 10 postaja izgrađeno je nakon Domovinskog rata, a jedna postaja trenutno je u visokoj fazi izgradnje (Ul. A. Barca) i bit će

puštena u rad sredinom ove godine. U vlasništvu benzinskih postaja dominiraju INA (8 postaja, 42%) i Petrol (8 postaja, 42%), Crodux pruža usluge na 2 postaje (11%), a na 1 (5%) "Adria-Oil". Tijekom zadnjih nekoliko godina pripremljena je dokumentacija I izdane dozvole za izgradnju još dviju postaja i to na Donjoj Drenovi, na lokaciji spoja Ulice braće Hlača i Drenovskog puta (Petrol) te na Novoj cesti na lokaciji ex Toplane Krnjevo (KD "Energó"). Prema važećoj prostorno-planskoj dokumentaciji, benzinske postaje moguće je izgraditi na još dvije lokacije na Ljubljanskoj cesti, u blizini ex Panorame.

Prilikom planiranja smještaja ne postoje propisi od značaja za utvrđivanje lokacije poput, primjerice, propisa koji reguliraju otvaranje ljekarni, ali postoje određene zakonitosti na koje je potrebno ukazati. U pogledu određivanja lokacije vodi se računa o kategorizaciji prometnih koridora i njihovom gravitacijskom potencijalu koji se očituje kroz broj i strukturu vozila. U tom smislu, benzinskim postajama pokriveni su gotovo svi radijalni koridori od državnog i županijskog značaja, a to su Liburnijska, Zvonimirova, Martinkovac, Rujevica-Marinići, Osječka ulica i na njima su smještene postaje u paru kako bi se izbjegle incidentne situacije u odvijanju prometa. Pojedinačnim lokacijama pokriven je dio gradskog središta, Školjić, te većina gradskih stambenih područja: Podmurvice-Čandekova, Srdoči-ex Rijekatank, Gornji Zamet-Dražička, Donja Drenova-I.L. Ribara, Krimeja-Radnička ulica/Orijent, Pećine-Radnička ulica-Vatrogasni dom, Vežica-Belulovićeve, s izuzetkom područja Pehlin i Braščine-Pulac.

Velikoj zamjetljivosti postaja u prostoru svakako pridonosi i njihovo dimenzioniranje. Nažalost, izostanak propisa pogodovao je investitorskoj praksi koja je i u Hrvatskoj i u Rijeci bila i ostala usmjerena na izgradnju benzinskih postaja maksimalno mogućih dimenzija i opsega usluga, radi čega je svaka angažirana lokacija gotovo jednaka i ne odražava stvarne makro i mikro prometne i tržišne uvjetovanosti.

S poštovanjem,

