

HYBRYDOWE TARGOWISKA

jako centra życia lokalnego



Niniejsza publikacja powstała w ramach projektu “Hybrydowe targowiska jako centra życia lokalnego” realizowanego przez CoopTech Hub we współpracy z Fundacją im. Heinricha Bölla w Warszawie.

Poglądy wyrażone w tej publikacji są poglądami osób autorskich i nie muszą odzwierciedlać stanowiska Fundacji im. Heinricha Bölla w Warszawie.

Zespół autorski

Joanna Erbel
Ewa Illg-Latko
Maciej Łepkowski
Aleksandra Sobolewska
Alicja Wójcik

Redakcja merytoryczna

Joanna Erbel
Maciej Łepkowski
Alicja Wójcik

CoopTech Hub

PLZ Spółdzielnia
ul. Grażyny 13
02-548 Warszawa
info@hub.coop
hub.coop



Redakcja językowa i korekta

Patrycja Ptak

Ilustracje

Małgorzata Zmysłowska

Projekt graficzny i skład

Patrycja Drzazga

Fundacja im. Heinricha Bölla

ul. Żurawia 45
00-680 Warszawa
pl-info@pl.boell.org
pl.boell.org



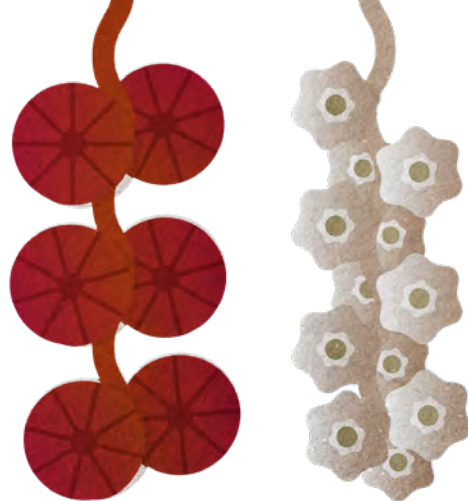
Ten kod pozwoli Ci dołączyć do społeczności **EKOPOLIS** gdzie znajdziesz różnorodne treści dotyczące foodurbanismu. Jeśli nie masz aplikacji PLZ, pobierz ją na plz.pl. Rejestrując się podaj kod społeczności: **EKOPOLIS** lub zeskanuj kod QR. Jeśli masz już aplikację, zeskanuj lub wpisz kod używając skanera w aplikacji i zostań uczestnikiem społeczności **EKOPOLIS**.

ISBN 978-83-966347-7-1



Publikacja jest dostępna na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa–Użycie niekomercyjne–Bez utworów zależnych 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0). Tekst licencji znajduje się na stronie: creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.pl

Spis treści



WSTĘP	5
JAK PRACOWALIŚMY	9
1. BEZPIECZEŃSTWO I SUWERENNOŚĆ ŻYWNOŚCIOWA	14
Krótkie łańcuchy dostaw	17
Rola rynków hurtowych	19
Miejskie polityki żywnościowe	22
Targowiska i warzywniaki jako miejskie interfejsy dla rolnictwa	26
2. MIASTOTWÓRCZA ROLA TARGOWISK: TOŻSAMOŚĆ, ODPORNOŚĆ, LOKALNOŚĆ	31
Produkcja przestrzeni i miasta 15-minutowe	32
Targowiska a miejska odporność	35
Razem na placu targowym	38
Dobre praktyki spoza Polski	45
3. RÓŻNE TWARZE TARGOWISK	48
Bazar Krótka Droga	50
Ryneczek po Sąsiedzku	53
Kopernika 30	57
Wolumen	60
BioBazar	63
Bazar Mirowski	66
Olimpia	69
4. HYBRYDOWE TARGOWISKA: MIEJSKOŚĆ NA MIARĘ 2024 ROKU	72
Targowisko, to nie tylko zakupy	74
PLZ jako aplikacja dla targowisk - wygodne zakupy, silne relacje	77
Spółdzielnia jako sposób na budowanie bezpiecznej przyszłości targowisk	83
Hybrydowe targowisko - replikowalny model	87
PODSUMOWANIE	91

HYBRYDOWE TARGOWISKA

jako centra życia lokalnego



Warszawa 2024

Wstęp

Zwykliśmy mówić, że bazariki i targowiska nie mają przyszłości, ponieważ te, które się nie modernizują, tracą klientelę, a te, które się modernizują, stają się zgentryfikowane i tracą swoją ekonomiczną przewagę. Mówi się również o luce pokoleniowej na targowiskach i o tym, że kultura targowa chyli się ku upadkowi¹. Targowiska nie nadążają za wyścigiem cen prowadzonym przez wiodące supermarkety i nie wpisują się w wymagania nowoczesnych konsumentów i konsumentek.

Czy faktycznie nasz wybór jest tak ograniczony? Wydaje się, że czeka nas albo przyglądanie się systematycznemu podupadaniu istniejących targowisk, albo zgoda na ich gentryfikację, czyli takie ich przekształcanie, że całkowicie wymienią się i handlujący, i klientela. Czy bazariki naprawdę muszą być albo zaniedbane, albo drogie?

A gdybyśmy wyobrazili sobie, że targowiska na powrót stają się centrami życia lokalnego? Gdybyśmy zobaczyli, jak to właśnie one stają się awangardą propagowania trendów żywnościowych i budowania tętniących miejsc spotkań sąsiedzkich czy inkubatorami przedsiębiorczości. Może pełniłyby nawet role domów kultury i galerii sztuki?

Uważamy, że oto nadszedł dobry czas na takie zmiany. Dlaczego teraz?

Świadomość konsumencka wzrasta, a badania socjologiczne wskazują na kryzys wspólnotowości powodujący chęć powrotu do rozmów z sąsiadami i sprzedawcami². w, która do tej pory wędrowała raczej do

1 Stowarzyszenie Inicjatywa Miasto, *Na rynek. Strategia regeneracji targowisk*, 2022, <http://inicjatywamiasto.pl/portfolio/strategia-regeneracji-targowisk/> [dostęp: 22.07.2024].

2 Paulina Sobiesiak-Penszko, *Na widelcu. Konsumenci a transformacja systemu żywnościowego*, Instytut Spraw Publicznych, 2023, <https://www.isp.org.pl/pl/publikacje/na-widelcu-konsumenci-a-transformacja-systemu-zywnosciowego> [dostęp: 22.07.2024].

drogich, pięknie wyglądających nowych inwestycji, w 2022 r. zostaje przyznana Targowisku Bakalarska w warszawskich Włochach³. Zmienia się nasze podejście do miasta, a komercyjne, imponujące wizualnie rozwiązania – choć faworyzowane do tej pory – częściowo ustępują przestrzeniom użytkowym, mocniej promującym relacje sąsiedzkie i lokalność. Tym, czego coraz częściej szukamy, są prawdziwe relacje, których podstawą jest zaufanie budowane pomiędzy nami, a nie logo globalnej marki.

Coraz częściej zadajemy sobie również pytanie o to, jak daleką drogę musiała przebyć żywność, którą jemy. Nie chodzi tu tylko o jej ślad węglowy i wpływ na klimat, ale pojawia się również troska o to, czy niestabilna sytuacja geopolityczna w pewnym momencie nie odetnie nas od dostaw żywności. Polska jest krajem rolniczym, więc powinniśmy czuć się pod tym względem raczej bezpiecznie. Jednakże protesty rolnicze są jednocześnie dla nas – mieszkank i mieszkańców miast – jasnym sygnałem, że stabilność polskiego rolnictwa jest zagrożona. Ważne stają więc zarówno bezpieczeństwo, jak i suwerenność żywnościowa.

W obliczu kryzysu klimatycznego, wojny w Ukrainie i jasnych już negatywnych konsekwencji wynikających z globalizacji rynku stajemy przed wyzwaniem budowania miejskiej i lokalnej odporności na kryzysy. Podstawową wartością w tej układance jest dostęp do świeżej żywności, a w miastach to targowiska są jej fundamentem, czy – jak zaczęliśmy je nazywać w wyniku niniejszych badań – miejskimi interfejsami dla polskiego rolnictwa.

Jako społeczeństwo potrzebujemy punktów styku: mostów łączących miasto z wsią⁴. Taką rolę pełnią zarówno miejskie targowiska, jak i lokalne warzywniaki czy – działające na granicach miasta – rynki hurtowe. Rynkami hurtowymi są na przykład Bronisze pod Warszawą i Praska

3 Aleksander Sławiński, *Bazar w klimacie dawnego Stadionu Dziesięciolecia z nagrodą architektoniczną. Sprawdzamy, jak do tego doszło*, „Wyborcza.pl. Warszawa”, 26 czerwca 2022 r., <https://warszawa.wyborcza.pl/warszawa/7,54420,28619024,zbudowany-po-kosztach-budynek-bazaru-z-prestizowa-nagroda-na.html>.

4 Tutaj pamiętamy również o miejskim i podmiejskim rolnictwie oraz produktach, które powstają w miejskich manufakturach. Te ostatnie widzimy jako ważną sekcję produktów sprzedawanych na targowiskach i w warzywniakach.

Giełda Spożywcza, które pełnią kluczową rolę w zapewnianiu rolnikom bezpieczeństwa na rynku.

Ten żywnościowy sojusz wymaga infrastruktury – zarówno tej fizycznej, w postaci sklepów, targowisk i innych przestrzeni handlu, jak i cyfrowej, która pozwoli na wymianę informacji o produktach i gospodarstwach rolnych, dzielenie się swoimi oczekiwaniami oraz robienie zakupów online, aby zaoszczędzić czas. Regeneracja targowisk powinna odbywać w hybrydowej przestrzeni, nad której rozwojem możemy mieć wspólną kontrolę. Jak to zrobić? Przeczytajcie w naszym raporcie!

Raport podzielony jest na cztery rozdziały. Pierwszy rozdział umieszcza dyskusję o targowiskach w szerszym kontekście społeczno-ekonomicznym. Odwołujemy się tutaj do jego dwóch ważnych wymiarów, czyli konieczności budowania suwerenności i bezpieczeństwa żywnościowego. Suwerenność żywnościową rozumiemy jako zadbanie o to, żeby żywność, którą spożywamy, pochodziła z najbliższej okolicy – tak aby niestabilna sytuacja geopolityczna, która prowadzi do zrywania łańcuchów dostaw, nie doprowadziła do tego, że zabraknie nam pożywienia. Bezpieczeństwo żywnościowe to z kolei troska o to, żeby to, co jemy, było zdrowe, pełne wartości odżywczych, a jakość wytwarzanej żywności utrzymywała się na wysokim poziomie bez szkody dla środowiska.

Rozdział drugi wplata rozmowę o targowiskach w dyskusję o rozwoju miast – w ideę produkcji przestrzeni wizji miasta 15-minutowego oraz w koncepcję miejskiej odporności. Pokazujemy też, w jaki sposób na targowiskach wytwarza się energia społeczna. Cały rozdział wskazuje, jak potraktowanie targowisk jako centrów życia lokalnego działa na rzecz zrównoważonego rozwoju – zarówno w wymiarze przestrzennym, jak i społecznym.

Rozdział trzeci to prezentacja wybranych przez nas studiów przypadku, które pokazują różne kierunki rozwoju targowisk, nadające im unikatowy charakter sprofilowany pod potrzeby lokalnej społeczności.

W rozdziale czwartym przeczytacie nasze propozycje kierunków rozwoju targowisk. Dotyczą one trzech obszarów: zwiększania różnorodności funkcji, uzupełnienia fizycznego wymiaru o warstwę cyfrową oraz zmiany modelu zarządzania tak, aby zaangażować nie tylko kupców, ale również szerszą społeczność. Proponujemy tutaj zawiązywanie spółdzielni wokół targowisk.

Zapraszamy do lektury!



Jak pracowaliśmy

Raport, który czytacie, powstał w ramach projektu *Hybrydowe targowiska jako centra życia lokalnego*, który jako zespół CoopTech Hub realizowaliśmy wspierani przez Fundację im. Heinricha Bölla oraz we współpracy ze Stowarzyszeniem Miasto Jest Nasze, które od kilku lat zajmuje się tematem warszawskich targowisk.

Projekt zakładał stworzenie wytycznych dla hybrydowych targowisk, które będą mogły pełnić funkcję centrów lokalnych. Hybrydowe targowiska rozumiemy jako targowiska, które funkcjonują zarówno w materialnej przestrzeni miasta, jak i mają swoją odślonę cyfrową. W obu tych przestrzeniach można dokonywać zakupów, toczyć rozmowy oraz wymieniać się istotnymi informacjami odnośnie kwestii ważnych dla społeczności – twarzą w twarz lub poprzez publikowanie na cyfrowej tablicy ogłoszeniowej. Cyfrowa przestrzeń targowiska pełni funkcję komplementarną wobec przestrzeni fizycznej i ma zachęcać do wizyt na targowisku, bowiem to przestrzeń miejską uznajemy za kluczową do budowania silnych lokalnych społeczności. W ramach projektu rozmawialiśmy o tym, w jaki sposób powiązać popularyzowanie krótkich łańcuchów dostaw, promowanie żywności (zwłaszcza ekologicznej) oraz budowanie podmiotowości polskich rolników i rolniczek w oparciu o solidarność i tworzenie więzi pomiędzy producentkami/producentami a odbiorczyniami/odbiorcami.

Jako punkt wyjścia wybraliśmy dwa miasta: Warszawę i Wrocław. Pracowaliśmy tam nieprzypadkowo, ponieważ jeszcze przed rozpoczęciem projektu poznaliśmy osoby związane z Bazarem Krótka Droga we Wrocławiu, który działa na Ryneczku Jemiołowa we Wrocławiu oraz

z Krajowym Związkiem Rewizyjnym Spółdzielni „Samopomoc Chłopska” działającym w kamienicy przy ul. Kopernika 30 w Warszawie, gdzie planowany jest spółdzielczy sklep spożywczy oraz towarzyszące mu weekendowe targowisko. Te dwa miejsca i skupione wokół nich społeczności stały się punktem wyjścia dla eksploracji targowiskowego tematu. Obie lokalizacje charakteryzują się ramą spółdzielczą, połączeniem w jednej przestrzeni rolnictwa konwencjonalnego i ekologicznego oraz powiązaniem sprzedaży żywności z działaniami kulturalnymi i edukacyjnymi. Te dwie lokalizacje i zainicjowane przez nie dyskusje doprowadziły nas do kolejnych miejsc: Ryneczku Po Sąsiedzku w Izabelinie oraz kultowego warszawskiego Wolumenu. Ponadto Stowarzyszenie Miasto Jest Nasze ma liczne kontakty wśród przedstawicieli warszawskich targowisk, co dało nam możliwość szerszej weryfikacji naszego spojrzenia na interesujący nas temat. Miasto Jest Nasze zbierało informacje o targowiskach od lutego 2023 roku, kiedy to odbyła się debata z przedstawicielami warszawskich bazarów i środowisk zainteresowanych ich rozwojem.

Już w ramach projektu *Hybrydowe targowiska jako centra życia lokalnego* odbyły się dwa spotkania na żywo: po jednym w każdym z miast. We Wrocławiu motywem przewodnim było zmapowanie zasobów pod kątem zakładania Spółdzielni Krótka Droga (17.04.2024). Korzystaliśmy tutaj z metodologii wypracowanej na potrzeby *Pakietu Miejskiej Odporności*⁵. W Warszawie organizowaliśmy na Kopernika 30 otwarte spotkanie *Hybrydowe targowiska jako centra życia społecznego* (17.06.2024), do którego zaprosiliśmy szerokie grono osób – od tych zarządzających targowiskami, przez osoby pracujące w Urzędzie Miasta st. Warszawa (w tym nową wiceprezydentkę miasta Adriannę Porowską), osoby reprezentujące organizacje zajmujące się tematem transformacji systemów żywnościowych, po architektów i architektki działających w tym

5 Raport *Pakiet Miejskiej Odporności. Sprawiedliwa spółdzielcza transformacja dla zrównoważonego rozwoju regionów powęglowych* powstał we współpracy z Fundacją im. Heinricha Bölla w Warszawie w ramach projektu *Sprawiedliwa spółdzielcza transformacja. Inkubacja spółdzielni energetycznych i rozwojowych dla zielonego rozwoju regionów powęglowych*, który realizowaliśmy w 2022 roku. <https://www.hub.coop/publikacja/pakiet-miejskiej-odpornosci/> [dostęp: 22.07.2024].

temacie, radnych i radne oraz przedstawiciele i przedstawicielki ruchów miejskich. Odbyły się także dwa spotkania online podsumowujące wstępne wnioski projektowe: *Targowisko. Więcej niż zakupy!* (1.07.2024) oraz *Spółdzielcza aplikacja – nowa przestrzeń dla placu targowego* (10.07.2024). Szczegółowe relacje z otwartych spotkań dostępne są w aplikacji PLZ w społeczności EKOPOLIS. Aplikację można bezpłatnie pobrać na stronie plz.pl lub sklepie z aplikacjami. Przy rejestracji należy podać kod społeczności: EKOPOLIS lub zeskanować kod QR dostępny na drugiej stronie niniejszego raportu. Ponadto, 4 lutego 2024 r. Stowarzyszenie Miasto Jest Nasze zorganizowało debatę na temat warszawskich targowisk, w której – oprócz przedstawicieli naszych środowisk – wzięli udział reprezentanci środowisk kupieckich z warszawskich targowisk: BioBazar, Kondratowicza, Męcińska, Poraje, Trocka, Wałbrzyska i Wolumen.

Dodatkowo wnioski z projektu prezentowaliśmy na spotkaniu dotyczącym ram dla warszawskiej polityki żywnościowej – *Jaka polityka żywnościowa dla Warszawy?*, które odbyło się 26 czerwca 2024 r. W kamienicy przy ul. Kopernika 30. Efektem tego spotkania było skierowanie apelu do Prezydenta m.st. Warszawy Rafała Trzaskowskiego w sprawie wprowadzenia tematu suwerenności żywnościowej do strategii rozwoju *Warszawa – Warszawa 2040+* oraz rozpoczęcia prac nad nową polityką żywnościową dla stolicy. Pod apelem podpisało się 76 osób reprezentujących środowisko naukowe, organizacje społeczne, warszawskich rolników i spółdzielnie oraz osoby związane z rynkami hurtowymi oraz środowiskiem producenckim, w tym działające w branży foodtech.⁶ Apel podejmował kwestię zabezpieczenia odpowiedniej infrastruktury pod warzywniaki, bazary i hale targowe oraz wyznaczenie przestrzeni do handlu bezpośredniego.

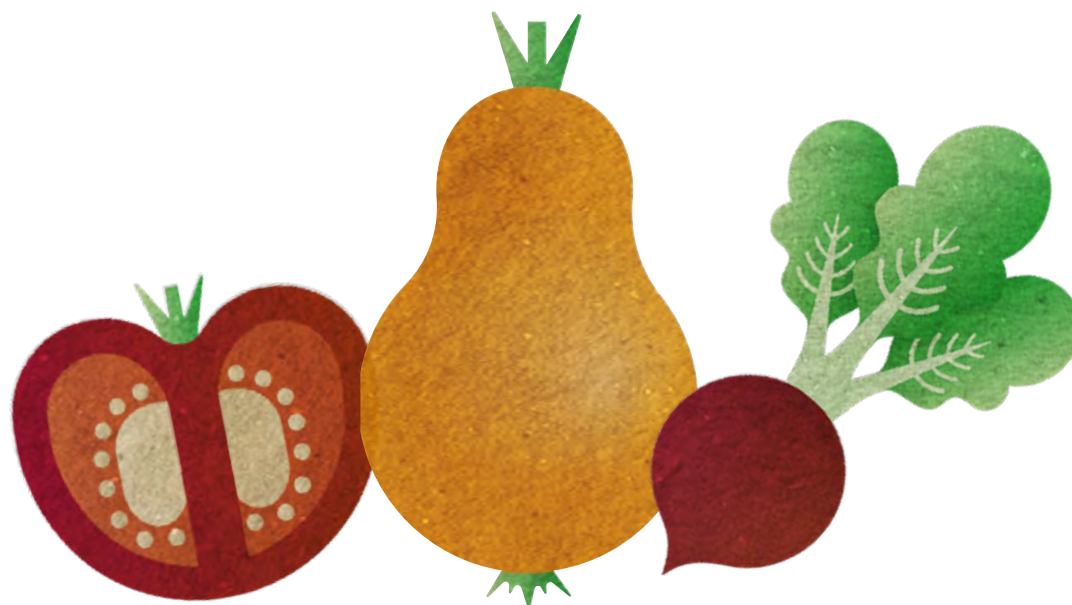
Wizję hybrydowych targowisk Joanna Erbel pokazywała również 28 czerwca 2024 r. w Szklarskiej Porębie w ramach *Zielonych Dni*

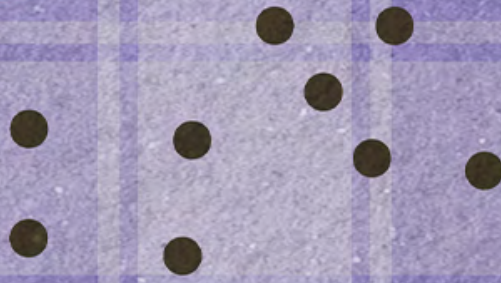
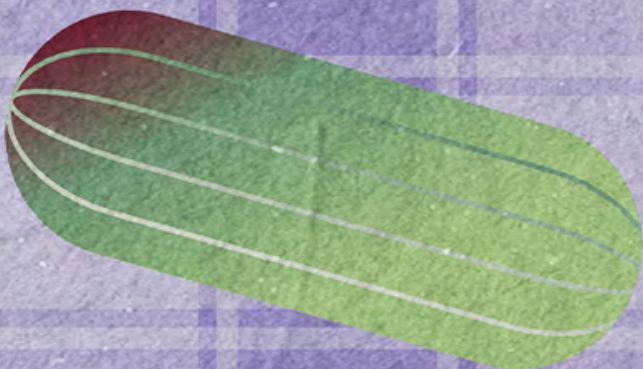
⁶ CoopTech Hub, *Warszawska polityka żywnościowa. Apel do prezydenta Rafała Trzaskowskiego*, Warszawa, 10 lipca 2024 r., <https://www.hub.coop/warszawska-polityka-zywnosciowa/> [dostęp: 22.07.2024].

organizowanych przez Fundację Strefa Zieleni. Prezentacja ta zaowocowała zaproszeniem jej przez Zastępcę Burmistrza Milanówka Mirosława Kaznowskiego na kolejne spotkanie, które odbyło się 16 lipca 2024 r. i w którym wzięli udział przedstawiciele władz miasta, radni oraz reprezentantki milanowskiego targowiska.

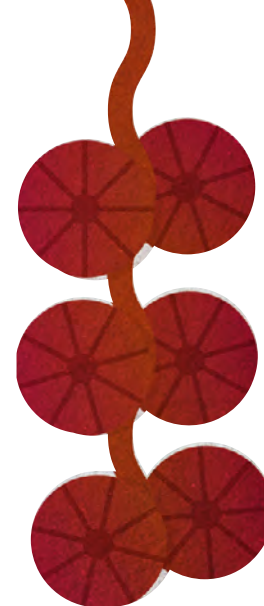
30 czerwca 2024 r. we Wrocławiu odbyło się walne zebranie założycielskie Spółdzielni Krótka Droga, której celem jest zarządzanie miejskim placem targowym Ryneczek Jemiołowa. PLZ Spółdzielnię (CoopTech Hub) i Spółdzielnię MOST reprezentowała na walnym zebraniu założycielskim Joanna Erbel.

Wnioski zebrane w tym raporcie są więc sumą rozmów, które odbyliśmy w różnych formatach od rozpoczęcia tego projektu. Byliśmy prowadzeni energią wypracowaną przez osoby i organizacje, które od lat tworzą wspaniałe przestrzenie miejskie o charakterze targowym.





Bezpieczeństwo i suwerenność żywnościowa



Bezpieczeństwo żywnościowe to pojęcie znane od kilkudziesięciu lat (oficjalnie wprowadzone przez FAO – Organizację Narodów Zjednoczonych ds. Wyżywienia i Rolnictwa – w 1974 roku). Definiuje się je jako powszechny dostęp do żywności w odpowiedniej jakości i ilości.⁷ Odpowiedzialność za utrzymanie bezpieczeństwa żywnościowego spoczywa na państwach, jego instytucjach i jednostkach. To one mają kontrolować cały łańcuch dostaw, tak aby żywność – bezpieczna, odżywcza i różnorodna – była dostępna dla wszystkich.

Kluczową rolę w zapewnieniu bezpieczeństwa żywnościowego mają miasta. Ich rolę zdefiniowano w 2015 roku w ramach tzw. Paktu Mediolańskiego (Milan Urban Food Policy Pact).⁸ Przystępujące do paktu miasta zobowiązują się do opracowywania własnych polityk żywnościowych. Są to dokumenty strategiczne, w ramach których samorządy miejskie realizują zadania z zakresu bezpieczeństwa żywnościowego swoich mieszkańców. Do tej pory pakt podpisało 280 miast położonych na 6 kontynentach. W Polsce pakt sygnowała Warszawa (2017), Wrocław (2022) i Kraków (2024).

7 Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, *Bezpieczeństwo żywnościowe*, <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/bezpieczenstwo-zywnosciowe>.

8 Milan Urban Food Policy Pact, <https://www.milanurbanfoodpolicypact.org/>.

W ostatnich latach coraz większą uwagę zwraca się na to, że pojęcie bezpieczeństwa żywnościowego powinno obejmować kwestie związane z bezpieczeństwem ekonomicznym i środowiskowym. W pierwszym przypadku chodzi o to, aby zarówno producent (rolnik), jak i konsument mogli w sposób ekonomicznie zrównoważony sprzedawać i nabywać żywność. Dla konsumenta oznacza to dostępność cenową, a dla producenta zysk na poziomie, który umożliwia godną egzystencję i stabilność produkcji.

Bezpieczeństwo środowiskowe natomiast postuluje taki model rolnictwa, w którym produkcja rolna minimalizuje swój negatywny wpływ na środowisko (zanieczyszczenie wód, erozję gleb, emisję gazów cieplarnianych, utratę bioróżnorodności), które jest podstawą produkcji rolnej.⁹

W obydwu przypadkach chodzi o zrównoważony model rolnictwa, w którym zarówno warunki ekonomiczne, jak i środowiskowe, pozwalają wytwarzać żywność w sposób stabilny w długiej perspektywie czasu, stwarzając godne i przewidywalne warunki pracy. To właśnie poczucie braku stabilności było jednym z podstawowych czynników zapalnych ostatnich, wielkich protestów rolników w całej Europie.

Naprzeciw tak zdefiniowanemu bezpieczeństwu żywnościowemu wychodzi termin suwerenności żywnościowej. Został on sformułowany w Mali w 2007 roku w ramach tzw. *Deklaracji Nyéléni* przez organizację rolniczek i rolników, reprezentujących tzw. ruchy chłopskie, czyli rolnictwo małoskalowe, tradycyjne, rodzinne. Poniższy cytat w pełni oddaje wartości i cele, jakie postawił sobie ten międzynarodowy ruch:

Suwerenność żywnościowa jest prawem ludzi do zdrowej i związanej z kulturą lokalną żywności, produkowanej metodami ekologicznymi i zrównoważonymi, oraz do określania swoich własnych systemów żywnościowych i rolnych. Stawia ona tych, którzy pro-

9 Patrz: Zbigniew Karaczun, *Rolnictwo jako zwornik bezpieczeństwa i rozwoju*, <https://www.kongresobywatelski.pl/pomorski-thinkletter/wszystkie-teksty/2023-3/rolnictwo-jako-zwornik-bezpieczenstwa-i-rozwoju/>.

dukują, prowadzą dystrybucję żywności, a także konsumentów w samym sercu systemów żywnościowych, bez przyznawania priorytetu wymogom rynku światowego i korporacjom. Suwerenność żywnościowa broni interesów przyszłych pokoleń oraz oferuje strategię oporu wobec współczesnego reżimu żywnościowego i handlu, zdominowanego przez wielkie korporacje. Daje ona pierwszeństwo ekonomiom lokalnym i narodowym oraz takim rynkom, a ponadto popiera rolnictwo oparte na gospodarstwach rodzinnych, jak i zrównoważoną pod względem ekonomicznym, społecznym i ekologicznym produkcję i konsumpcję żywności. Suwerenność żywnościowa propaguje przejrzysty handel, który gwarantuje producentom godziwe dochody, a konsumentom prawo do kontroli nad żywnością i jej wartością odżywczą. Zapewnia także producentom żywności prawo do zarządzania ziemią, zasobami wodnymi, nasionami, stadami zwierząt, jak i do stosowania praktyk różnorodności biologicznej. Suwerenność żywnościowa implikuje nowe relacje społeczne, wolne od wyzysku i nierówności między kobietami i mężczyznami, różnymi ludami, rasami, klasami społecznymi i pokoleniami.¹⁰

Podsumowując, bezpieczeństwo i suwerenność żywnościowa to pojęcia, które wychodzą z dwóch perspektyw: konsumenta i producenta. Dopiero połączenie tych dwóch optyk daje całościowy obraz sytuacji i określa pole działania. Z perspektywy miejskiej oznacza to, że do polityk żywnościowych należy włączać perspektywę rolniczek i rolników. Nie jest to zresztą niczym nowym. Można powiedzieć, że podejście to wpisuje się w ramy retro innowacji, czyli przywrócenie czegoś, co już było, ale w sposób twórczy – dostosowany do współczesnego kontekstu.

¹⁰ Nyeleni Polska, <https://nyeleni.pl/deklaracja-nyeleni-mali-2007/>.

KRÓTKIE ŁAŃCUCHY DOSTAW

Rozwój bezpieczeństwa i suwerenności żywnościowej to przede wszystkim skracanie łańcuchów dostaw. Oznacza to zmniejszenie liczby pośredników – różnego rodzaju podmiotów między producentem a konsumentem. Skracanie łańcuchów dostaw promuje rolnictwo lokalne i daje perspektywę pracy mniejszym rolnikom, którzy produkują żywność wyższej jakości, szybciej trafiającą do konsumentów. Jest to bardzo ważny aspekt w sytuacji, w której dominujący model rynkowy, nastawiony na intensyfikację i uprzemysłowienie produkcji rolnej, eliminuje rolnictwo małoskalowe.

Najbardziej popularną formą zakupów w ramach krótkich łańcuchów są zakupy na miejskich targowiskach. To tam mieszkańcy miast mogą kilka razy w tygodniu spotkać się bezpośrednio z rolniczkami i rolnikami. Badania przeprowadzone przez Instytut Spraw Publicznych wskazują, że w przypadku warzyw i owoców 37% osób kupuje właśnie na bazarach, targowiskach czy rynkach miejskich.¹¹ Kluczową wartością dla konsumentów jest świeżość; jej znaczenie dla swoich wyborów wskazało 97% osób biorących udział w badaniach.¹²

Rozwiązania wspierające krótkie łańcuchy dostaw realizują również kooperatywy spożywcze oraz grupy zakupowe działające w formule RWS (rolnictwo wspierane społecznie).

Warto jednak zwrócić uwagę, że w krótkich łańcuchach dostaw umyka to, że suwerenność i bezpieczeństwo to nie tylko kwestia zmniejszania liczby pośredników, ale też jakość pośredników. Bezpośrednie zakupy u producentów rolnych, w gospodarstwie, na targowiskach lub w systemie RWS są świetnym rozwiązaniem, ale też dość wymagającym.

11 Paulina Sobiesiak-Penszko, op. cit. <https://www.isp.org.pl/pl/publikacje/na-widelcu-konsumenci-a-transformacja-systemu-zywnosciowego>

12 Tamże.

Z jednej strony wymagają od konsumentów większego zaangażowania czasu (wybranie się na targ o odpowiedniej porze, wyjazd poza miasto do gospodarstwa czy zainwestowanie czasu w projekt RWS). Z drugiej strony wymagają od rolnika bezpośredniej obsługi klienta, wyprawy na plac targowy, indywidualnej logistyki etc. To z kolei zabiera czas przeznaczany na uprawę rolną. Jest to więc świetne rozwiązanie dla niektórych rolników – raczej dla mniejszości, lecz nadal ma ono wielki potencjał rozwoju.

W samym systemie dystrybucji istnieje napięcie pomiędzy kupcami na targowiskach a rolnikami sprzedającymi swoje produkty bezpośrednio na tych targowiskach w określone dni targowe. Napięcie to wzrasta szczególnie w lecie, gdy prowadzona jest sprzedaż sezonowych warzyw i owoców. Związane jest to z tym, że rolnicy prowadzący handel w piątki i soboty – zgodnie z definicją zawartą w Ustawie z dnia 29 października 2021 r. o ułatwieniach w prowadzeniu handlu w piątki i soboty przez rolników i ich domowników – mogą prowadzić handel na targowiskach miejskich bez konieczności opłacania dodatkowych należności, takich jak opłata targowa, podczas gdy kupcy stali ponoszą comiesięczne koszty najmu swoich stanowisk oraz inne koszty związane z dostępnością towaru (zakup u pośredników).

Z kolei na targowiskach dzierżawionych przez stowarzyszenia kupców, gdzie opłaty za dzierżawiony teren rozkładane są na wszystkich użytkownikach, kupcy prowadzący swoją działalność stale na danym targowisku ponoszą większe opłaty za targowisko, podczas gdy rolnicy wykorzystują teren targowiska tylko przez dwa, trzy dni w tygodniu (dni targowe). To nierównomiernie rozkłada koszty dzierżawy terenu. Na niektórych targowiskach nie stosuje się z tego powodu dni targowych, a na innych w dni nietargowe bywa prowadzona inna działalność, jak np. giełdy staroci na bazarze na Kole, czy giełda elektroniczna na Wolumenie.

Warto dodać, że Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi w ramach rolniczego handlu detalicznego udostępnia teren przed swoją siedzibą w Warszawie na cotygodniowe bazarki Lokalny Rolnik, na których wystawiają swoje produkty producenci żywności z Mazowsza i województwa łódzkiego. Bazarek ten powstał z myślą o skracaniu łańcuchów dostaw i promowaniu żywności wysokiej jakości prosto od rolnika. Podobne bazarki funkcjonują również w innych miastach (np. w Łodzi), a rolnicy coraz chętniej działają w ramach rolniczego handlu detalicznego.

ROLA RYNKÓW HURTOWYCH

Obok targowisk, czyli rynków detalicznych, ważną rolę odgrywają rynki hurtowe: szczególnie w zakresie warzyw, owoców i kwiatów, ale nie wyłącznie. Miejskim rynkiem hurtowym jest na przykład podwarszawskie Bronisze.¹³ Rynki hurtowe obsługują miasta w zakresie szerokiego dostępu do żywności, w szczególności nieprzetworzonej, warzyw i owoców. To tu zaopatrują się kupcy, którzy handlują na targowiskach, w warzywniakach i wolno stojących stanowiskach ulicznych. Tutaj też kupuje HoReCa czyli miejska gastronomia. Choć łańcuch dostaw nie jest tu najkrótszy (jak w przypadku sprzedaży bezpośredniej), wciąż wypada lepiej niż w przypadku popularnych dyskontów i innych sieciowych sklepów. Bardzo ważnym aspektem jest natomiast to, że rynki hurtowe obsługują produkcję rolną znajdującą się w tak zwanej miejskiej strefie żywicielskiej¹⁴. W przypadku rynku hurtowego Bronisze w sezonie letnim 80% warzyw i owoców pochodzi z gospodarstw znajdujących się w promieniu 100 km wokół Warszawy. Jest to więc żywność lokalna, produkowana przez gospodarstwa różnej wielkości i skali, również te

13 Bronisze.com.pl, <https://www.bronisze.com.pl/pl/>.

14 O miejskiej strefie żywicielskiej piszemy więcej w naszym raporcie *Spółdzielcza Farma Miejska jako narzędzie rozwoju miejskiej strefy żywicielskiej i agroekologii*, <https://www.hub.coop/publikacja/spoldzielcza-farma-miejska/>.



niewielkie – małoskalowe. Popularną formą dostawców na rynki hurtowe są zrzeszenia producentów rolnych czy grupy producenckie, w ramach których rolnicy łączą się, aby ułatwić sobie kwestie logistyki.

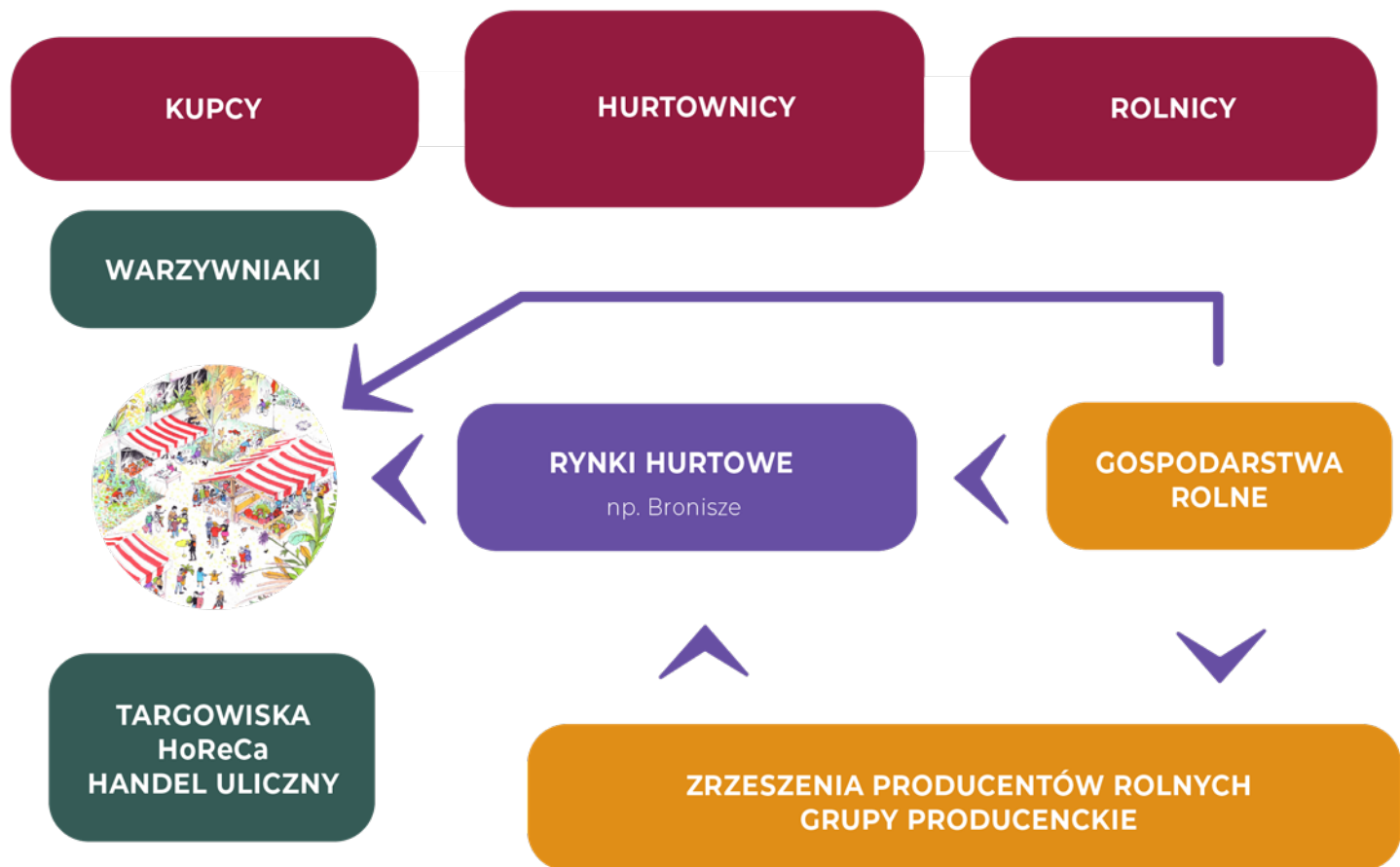
Rynki hurtowe mają ogromną rolę do odegrania w podtrzymywaniu lokalnego rolnictwa, czyli rolnictwa w miejskich strefach żywicielskich oraz we wspieraniu szerokiej dostępności żywności w miastach, oferowanej przez różnorodne, w tym drobne, podmioty. W ten sposób realizują one strategię antymonopolowe, będąc alternatywą dla dyskontów i ich potężnej sieci logistycznej. W tej perspektywie targowiska, wspólnie z warzywniakami, handlem ulicznym i HoReCa, stanowią wspólny front dla lokalnej żywności ze stref żywicielskich.

W tej perspektywie należy docenić rolę kupców, którzy wspólnie z rolnikami i hurtownikami „obsługują” dostęp do żywności z miejskiej strefy żywicielskiej. Istnieje popularne przekonanie, że towar bezpośrednio od rolnika jest najlepszy, a z „Bronisz” to już towar drugiej kategorii. Co do pierwszego nie sposób się nie zgodzić. W drugim przypadku należy jednak mieć na uwadze, że towary na rynkach hurtowych to przeważnie lokalne i tradycyjne rolnictwo, a cały układ ekonomiczny, który za nim stoi, jest rozproszony i demokratycznie zarządzany (przykładowo Bronisze to spółka akcyjna, w której Skarb Państwa posiada 72% udziałów). Jego rola dla suwerenności i bezpieczeństwa żywnościowego jest kluczowa. To przez ten system może dokonać się transformacja w kierunku rolnictwa zrównoważonego (np. ekologicznego czy regeneratywnego).

W tym kontekście wartościowym pomysłem jest koncepcja spółdzielczych giełd spożywczych, których potencjał promuje szef Polskiej Federacji Producentów Żywności dr Andrzej Gantner:

Wydaje mi się, że lepsza jest droga, którą poszło już wiele państw, bardzo dużych producentów żywności, jak Niemcy, Francja czy Holandia, gdzie po prostu stworzono spółdzielcze giełdy rolne. Ich właścicielami są rolnicy i tak naprawdę to oni decydują o tym, jak wygląda handel surowcami i produktami rolnymi, ogrodniczymi. (...) Co więcej, dzięki tym giełdom rolnicy są również inwestorami, bo nawet najmniejszy rolnik, który jest członkiem takiej giełdy staje się także uczestnikiem procesu inwestycyjnego. (...) Struktura naszego rolnictwa jest bardzo starodawna i rozczłonkowana – mamy bardzo dużo małych gospodarstw. I one są narażone m.in. na konieczność współpracy z mnóstwem pośredników. Co oczywiście powoduje, że część zysków tych przedsiębiorstw zabierana jest przez pośredników.¹⁵

15 Anna Pańczyk, Andrzej Gantner, *PFPŻ: Giełdy rolnicze, a nie państwowy moloch*, „Wiadomości spożywcze”, 22 kwietnia 2022 r., <https://wiadomoscispozywcze.pl/artykuly/9111/andrzej-gantner-pfpz-giedy-rolnicze-a-nie-panstwowy-moloch/>.



Rys. 1. Łańcuch dostaw, który wspiera bezpieczeństwo i suwerenność żywnościową.

MIEJSKIE POLITYKI ŻYWNOŚCIOWE

Narzędziem do zabezpieczania suwerenności i bezpieczeństwa żywnościowego są także miejskie polityki żywnościowe. Jeśli chodzi o Polskę, wspomniany wyżej Pakt Mediolański podpisały Warszawa i Wrocław. Żadne z miast nie przyjęło dotąd takiej polityki, ale powstał wstępny projekt dokumentu dla Warszawy w maju 2022 roku. Był on jednak formułowany w zupełnie innym kontekście społeczno-geopolitycznym. Nie uwzględniał również dotychczasowych działań podjętych przez samorząd w ramach projektów europejskich takich jak *Warszawski Food Lab*.

Podczas jednego ze spotkań zorganizowanych w ramach niniejszego projektu, dyskutowaliśmy o tym, jak powinna być skonstruowana polityka żywnościowa Warszawy, aby wspierać toczące się już procesy oraz zadbać o naszą bezpieczną przyszłość.

W spotkaniu wzięły udział między innymi nowa wiceprezydentka Warszawy Adriana Porowska oraz wicedyrektorka Centrum Komunikacji Społecznej (podmiotu urzędu miasta odpowiedzialnego za politykę żywnościową) Marta Dermańska. Adriana i Marta opowiedziały o istniejących dokumentach programowych traktujących o żywności. Dokument polityki żywnościowej jest częścią *Strategii 2030* dla Warszawy, której towarzyszy dokument planistyczny. Strategia ta wyznacza konkretne kierunki rozwoju dla miasta, a obecnie musi zostać zaktualizowana do wersji 2040. Miasto zamierza więc w najbliższym czasie zbierać postulaty zarówno do strategii, jak i planu ogólnego zagospodarowania, w którym, jak podkreśliła Marta, warto, aby również znalazły się targowiska i miejskie farmy budujące miejskie bezpieczeństwo żywnościowe.

W istniejącym dokumencie warszawskiej polityki żywnościowej niepokoi nas brak wniosków popandemicznych i tych związanych z inwazją Rosji na Ukrainę. Tymczasem te wydarzenia zmieniły okoliczności, w których powinien być organizowany system żywnościowy. Kluczowe jest obecnie zadbanie o to, żeby mieć jedzenie blisko siebie i tym samym zastanowienie się nad potencjałem rolnictwa na terenie miasta. Najciekawszy, naszym zdaniem, postulat o miejskim bezpieczeństwie żywnościowym pojawił się w strategii rozwoju Wrocławia. Zapisano w nim, że 30% żywności mogłoby być uprawiane na terenie miasta. Nie chodzi o to, aby pola wciągnąć do miast, ale o to, by otworzyć się na rozproszone formy upraw.

Według Zbigniewa Karaczuna, profesora w Katedrze Ochrony Środowiska i Dendrologii Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego (SGGW) w Warszawie oraz członka Koalicji Klimatycznej, dokument z 2022 roku prezentuje nieaktualne podejście do bezpieczeństwa żywnościowego.

Jest tak, ponieważ odnosi się on w przeważającej większości do zapotrzebowania ilościowego na żywność, a nie do kwestii jakościowych, takich jak pochodzenie żywności czy wpływ na środowisko naturalne. Pokrycie zapotrzebowania ilościowego oraz dostępność cenowa są kwestiami ważnymi, ale według profesora nie wystarczą. Brakuje więc w polityce wątków *stricte* środowiskowych. Tymczasem wiemy już, że produkcja żywności to nawet między 25% a 30% globalnej emisji antropogenicznej gazów cieplarnianych¹⁶.

Rolnictwo jest znaczącym źródłem degradacji środowiska naturalnego. Przyszły dokument powinien więc łączyć politykę żywnościową z polityką środowiskową, ponieważ dopiero wtedy wszyscy pojmować będą skalę problemu i konieczność zmiany mentalności i podejścia do kwestii żywności.

Potrzebne jest przyjęcie przez miasto roli lidera zmian w polityce krajowej, od której w dużej mierze zależą kwestie środowiskowe. Należy stworzyć system, który sprawi, że wrażliwi odbiorcy – tacy jak szkoły, przedszkola i szpitale – będą pozyskiwali produkty żywnościowe od rolnictwa ekologicznego i lokalnego. Do tego potrzebne są postulaty od miast do władz państwa. Trzeba zastanowić się nad tym, jakie produkty można pozyskać ze strefy żywicielskiej Warszawy i przyjąć program zwiększania udziału tych produktów w rzeczach, które jedzą wrażliwi odbiorcy, tacy jak nasze dzieci. Ponad miejskimi politykami żywnościowymi powinna więc istnieć krajowa polityka żywnościowa, na której utworzenie powinny wpływać miasta.

Swoje postulaty dotyczące warszawskiej polityki żywnościowej przedstawił również Instytut Spraw Publicznych. Instytut zajmuje się społecznym wymiarem zielonej transformacji. Ta transformacja w szczególności dotknęła rolników. Instytut od jakiegoś czasu ma więc rolnictwo w zakresie swego zainteresowania, szczególnie w związku z protestami rolników i dezinformacją wokół nich. Mimo turbulencji wydarzenia te pokazały, że społeczeństwo interesuje się rolnictwem i chce wspierać

16 Zbigniew Karaczun, SGGW, Zapis ze spotkania 26.06.2024 o warszawskiej polityce żywnościowej.

rolników. Warto więc wykorzystać ten moment zainteresowania tematem rolnictwa – duże miasta nie powinny wręcz pozwolić sobie na jego przegapienie. Postulatem ISP jest włączenie roli rolnika i dialogu z rolnikiem w politykę żywnościową. Kluczowe jest tu aktywne budowanie relacji z rolnikami z warszawskiej strefy żywicielskiej. Postuluje się powstanie mapy gospodarstw rolnych z promienia 70–100 km wokół Warszawy, a nawet z całego Mazowsza. Warto, żebyśmy wiedzieli, jakich mamy rolników, przetwórców i producentów. Miasto powinno taką mapę tworzyć, ale możliwe jest też włączenie w to mieszkańców i mieszkank – tak, aby był to projekt poniekąd wspólny, społeczny. Z takiej mapy każdy powinien móc się dowiedzieć o lokalnie produkowanej żywności, przetwórstwie, RWS-ach, kooperatywach spożywczych i innych oddolnych ruchach związanych z żywieniem. Samo podjęcie takiego zadania przez miasto wprowadziłoby temat rolnictwa na agendę, również tą mieszkańców i mieszkank. Taka mapa w cyfrowej wersji byłaby narzędziem dla miasta do tworzenia planów kryzysowych oraz źródłem decyzji o zamówieniach publicznych. Służyłoby to również popularyzacji ujętych tam inicjatyw spożywczych wśród konsumentów i konsumentek.

Na krótkich łańcuchach dostaw zależy zarówno stronie konsumencie (około 70% konsumentów i konsumentek zgłasza, że jest to dla nich ważny temat), jak i producencie (około 75% rolników i rolniczek zgłasza, że jest to dla nich ważny temat)¹⁷. Warto zatem, abyśmy potraktowali producentów żywności jako partnerów do tej dyskusji, tak aby rolnicy i rolniczki odzyskali podmiotowość i czuli, że ich ekspertyza ma znaczenie. Gdyby ich gospodarstwa były np. kierunkami wycieczek szkolnych, miałyby to pozytywny wpływ na edukację o klimacie, ziemi i żywności, a jednocześnie wzmacniało poczucie, że rolnictwo jest ważnym tematem. Polityka miasta jest okazją do zwrócenia uwagi w stronę tego miejskiego i okolicznej ekosystemu.

¹⁷ Katarzyna Banul-Wójcikowska, Instytut Spraw Publicznych, *Zapis ze spotkania 26.06.2024 o warszawskiej polityce żywnościowej*.

W kwestii targowisk miejska polityka żywnościowa mogłaby regulować kwestie dzierżawy działek, ujęcia ich w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego oraz współpracy pomiędzy targowiskami i warzywniakami a rynkami hurtowymi. To one bowiem wspólnie tworzą ekosystem miejskiego bezpieczeństwa żywnościowego.

Budowanie wiedzy wokół miejskich polityk żywnościowych byłoby łatwiejsze, gdyby miasta połączyły siły. Jako CoopTech Hub widzimy, że każde miasto ma swoją drogę dojścia do suwerenności żywnościowej, więc zależy nam na dzieleniu się wiedzą z tego zakresu. Planujemy zorganizować kongres suwerenności żywnościowej dla miast. Praca przy tym kongresie mogłaby stać się wkładem do dokumentów miejskich polityk żywnościowych w Warszawie i innych miastach.

TARGOWISKA I WARZYWNIAKI JAKO MIEJSKIE INTERFEJSY DLA ROLNICTWA

Targowiska i warzywniaki stanowią miejskie interfejsy lokalnych systemów żywnościowych. Są miejscami styku pomiędzy podmiotami dostarczającymi produkty a nami – kupującymi lub odbierającymi je. Z perspektywy polityki miejskiej i żywnościowej pełnią rolę znacznie szerszą niż tylko miejsc, gdzie można zrobić zakupy. W końcu nasze potrzeby konsumpcyjne możemy zaspokajać również w sieciowych sklepach korporacyjnych czy online, korzystając z opcji dowozu. Targowiska i warzywniaki to jednak coś więcej – są łącznikami pomiędzy wsią a miastem, a obie strony tej interakcji traktowane są podmiotowo. Ułatwiają nam dostęp do świeżej, dobrej jakości żywności, zwalniając nas jednocześnie z konieczności samodzielnego podtrzymywania sieci zakupowej bezpośrednio od producenta. Rolnictwo małoskalowe wspierane przez targowiska jest również istotne dla produkcji dobrej do życia przestrzeni wiejskiej, która jest w stanie zapewnić miejsca pracy mieszkańcom i mieszkankom. Możemy więc powiedzieć, że przestrzeń miasta i wsi współkształtują się dzięki targowiskom.

Ważną rolą targowisk i warzywniaków jest pośredniczenie pomiędzy często różnorodnym światem producentów, przetwórców i dostawców a szerokim gronem klientów i klientek. Zbierają informacje z obu stron: wiedzą, skąd pochodzą sprzedawane przez nich produkty i mogą je odpowiednio zareklamować, często odwołując się do stojących za nimi historii rolników i rolniczek. Jednocześnie, rozmawiając z kupującymi, mogą dowiedzieć się, czego jeszcze im potrzeba – w sposób znacznie bardziej spersonalizowany i zindywidualizowany niż mogłyby to zrobić algorytmy sprzedażowe. Dzięki temu mogą budować wokół siebie społeczność sąsiedzką, co pozwala mniejszym sklepom czy targom utrzymać się w sytuacjach kryzysowych. Dobrze było to widać w czasie pandemii COVID-19, a wciąż możemy to obserwować podczas protestów, które mobilizują lokalne społeczności, gdy jakieś targowisko jest zagrożone. Oferta sprzedażowa jest również ważna, co historie, które możemy sobie opowiedzieć, spotykając się ze sobą – niezależnie od tego, czy będą to informacje o produktach, czy sąsiedzkie plotki. To właśnie ten społecznościowy wymiar sprawia, że takie miejsca są tak cenne i podnoszą poczucie zadowolenia z mieszkania w okolicy, w której znajduje się lokalny bazar, targowisko czy warzywniak.

Takie detaliczne punkty sprzedaży działają tym lepiej, im silniej są powiązane z aktywizującymi działaniami rynków hurtowych oraz miejskimi działaniami rozwojowymi. Przykładem tych pierwszych działań jest program partnerski dla właścicieli sklepów „z Bronisz”¹⁸. Bronisze zachęcają współpracujące z nimi sklepy do tego, aby budować swoją przewagę konkurencyjną, wskazując na świeżość warzyw i owoców, ich walory zdrowotne oraz na wartości społeczne, takie jak tradycja związana z historią danego warzywniaka czy przyjazna, sąsiedzka atmosfera. Ma to z jednej strony pomóc niesieciowym sklepom poradzić sobie z presją super- i hipermarketów, dyskontów oraz innych sieci detalicznych, a z drugiej strony odpowiedzieć na zwiększające się wymagania konsumentek i konsumentek odnośnie asortymentu, cen, jakości

18 Bronisze.com.pl, *Z Bronisz – Program Partnerski dla właścicieli sklepów*, 29 września 2023 r., <https://www.bronisze.com.pl/pl/z-bronisz>, [dostęp 20.06.2024].

produktów i jakości obsługi¹⁹. Marka z *Bronisz* ma oznaczać „zdrowo, świeżo, bezpiecznie, prosto z Bronisz”²⁰. Charakterystycznym logo z Bronisz, zbudowanym na bazie kształtu i kolorystyki pomidora, mogą brandować się sklepy, które spełniają wymogi określone przez Warszawski Rolno-Spożywczy Rynek Hurtowy S.A. Wśród nich znajdziemy zarówno formalne wytyczne odnośnie prowadzenia punktu (takie jak sprzedaż świeżych owoców i warzyw, spełnianie norm sanitarnych, posiadanie doświadczenia w branży), jak i kwestie znacznie bardziej miękkie, mówiące o relacyjnej stronie sprzedaży produktów, takie jak otwartość na nowe wyzwania, chęć dzielenia się wiedzą i promocji zdrowego trybu życia i zdrowego odżywiania oraz znajomość gustów swoich konsumentów i konsumentek²¹. W ten sposób Bronisze zachęcają współpracujące z nimi warzywniaki do tego, żeby uwypuklały społecznicowe atuty zakupów, czyli swoją silną przewagę wobec dużych sklepów, zwłaszcza tych stopniowo automatyzujących poszczególne elementy procesu zakupowego.

Kiedy sklep albo stragan stają się interfejsem dla rolnictwa, możemy w inny sposób spojrzeć na osobiste relacje, tj. jak na ważny element procesu zakupowego. Jest to rodzaj doświadczenia, które jest coraz częściej wypierane przez wprowadzenie algorytmów jako głównego źródła wiedzy o naszych preferencjach konsumenckich. W warzywniaku czy na targowisku znacznie częściej rozmawiamy ze sobą, a nie komunikujemy się wyłącznie za pomocą portfela czy rankingów. Sprawia to, że oferta na danym targowisku czy w danym warzywniaku może być znacznie bardziej sprofilowana pod lokalne potrzeby i zasoby. Chodzi tu zarówno o gusty klientów i klientek, jak i stronę podażową, czyli ofertę rolników i rolniczek oraz przetwórców i przetwórczyń działających w danej okolicy. Nie trzeba być dużą firmą, aby móc sprzedawać swoje produkty na targowisku czy w lokalnym warzywniaku. Na tę niską

19 Ibidem.

20 Ibidem.

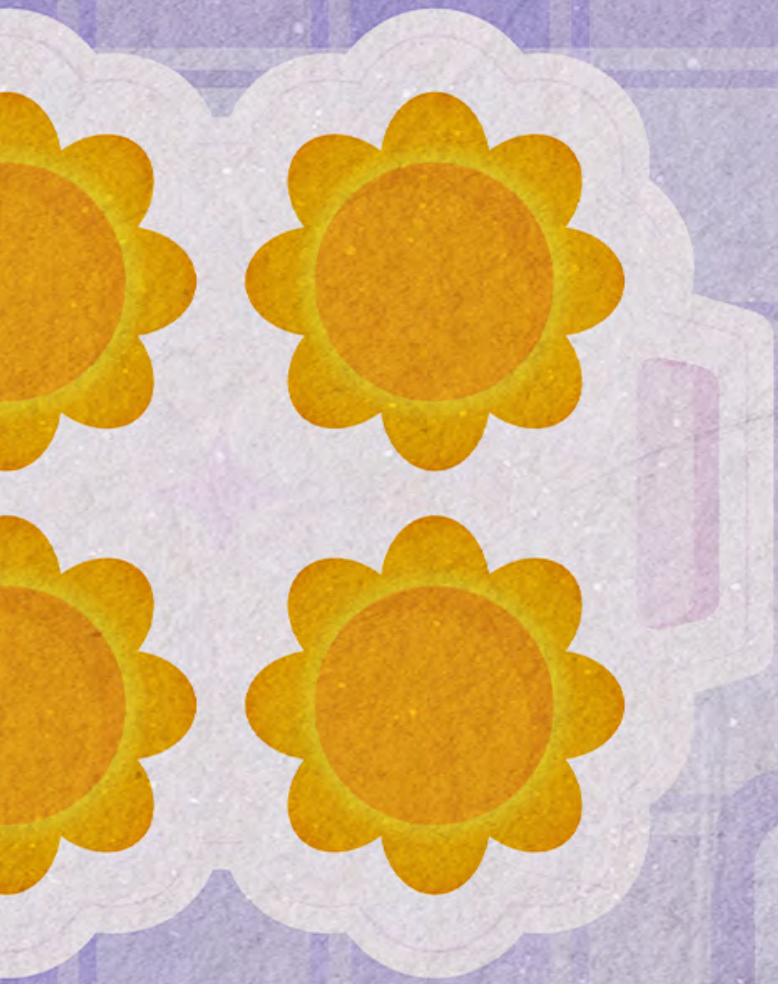
21 Bronisze.com.pl, *Najczęściej zadawane pytania. Kto może przystąpić do Programu z Bronisz?*, 23 września 2023 r., <https://www.bronisze.com.pl/pl/z-bronisz/najczesciej-zadawane-pytania>, [dostęp 20.04.2024].

barierę wejścia wskazują autorzy i autorki raportu Na rynek. Strategia regeneracji targowisk:

W wymiarze gospodarczym, a dokładniej w ujęciu podaźowym, targowiska stwarzają warunki do prowadzenia działalności gospodarczej, cechującej się niskimi kosztami pracy, niskim progiem wejścia oraz niewielkim ryzykiem inwestycyjnym. Można więc określić je mianem lokalnych obszarów aktywności gospodarczej, skoncentrowanej na usługach i handlu. Są zatem swoistymi inkubatorami przedsiębiorczości w sektorze rolno-spożywczym. W ujęciu popytowym zapewniają mieszkańcom bezpośredni dostęp do produktów, których jakość jest porównywalna z towarami sprzedawanymi w sklepach i marketach lub od nich wyższa.²²

Nie oznacza to, że małe sklepy mają rezygnować z technologii. Przeciwnie – targowiska i warzywniaki, w swojej hybrydowej odsłonie, mogą być również punktami styku świata realnego z cyfrowym. Musi to jednak dziać się w taki sposób, aby technologia była obecna, ale nie wszechobejmująca – aby wspierała istniejące punkty, a nie zastępowała je. W tym sensie cyfrowe rozwiązanie jest tutaj służebne wobec tego, co się dzieje w przestrzeni rzeczywistej. Wszystko, co się dzieje online ma swój poszerzony i pogłębiony odpowiednik na miejscu, na targowisku czy w konkretnym lokalu. Targowiska mogą stać się bramami do cyfrowego świata, o ile uzupełnimy je np. o siedziby organizacji pozarządowych, punkty miejskich konsultacji czy osoby, których rolą będzie wprowadzanie do innych obszarów cyfryzacji – w sposób podobny do tego, w jaki domy kultury wspierają podnoszenie kompetencji cyfrowych osób starszych. O funkcjach hybrydowych targowisk piszemy więcej w rozdziale 4.

22 Stowarzyszenie Inicjatywa Miasto, op. cit., s. 8.





Miastotwórcza rola targowisk: tożsamość, odporność, lokalność

Miejskie targowiska są dziś w Polsce *passé*. Stanowią one niejako przeciwieństwo modnych obecnie galerii handlowych – postrzegamy je jako miejsca tłoczne, swojskie, nieco tandetne, zdominowane przez seniorów. W dodatku, kojarzymy je wyłącznie z funkcją handlową. Tymczasem historycznie targowiska, rynki, agory były prawdziwymi – przestrzennymi, ekonomicznymi i społecznymi – centrami miast. Stanowiły one przestrzeń wymiany towarów, ale też informacji, opinii, a nawet idei. Były to niezobowiązujące i inkluzywne miejsca budowania relacji i codziennego „ścierania” się ze sobą mieszkańców. W wielu europejskich miastach odzyskują one swój dawny blask oraz funkcje. Czy powrócą do łask również w polskich miastach?²³.

Tak o targowiskach pisze dr inż. arch. Piotr Czyż, prezes Stowarzyszenia Inicjatywy Miasto, które wydało raport *Na Rynek. Strategia regeneracji targowisk*. Ta perspektywa wskazuje na niezwykle cenną rolę, jaką historycznie pełniły targowiska, a jaką stopniowo utraciły na rzecz nowych

23 Piotr Czyż, *Targowisko jako społeczny hub*, 2021, <https://www.kongresobywatelski.pl/pomorski-thinkletter/wszystkie-teksty/targowisko-jako-spoeczny-hub/>.

miejskich przestrzeni. Te nowe miejsca coraz częściej jednak kojarzą się konsumentom z hiperkonsumpcjonizmem, wyzyskiem, *greenwashingiem* i kulturą *fast fashion*. Centra handlowe, choć mogą budzić wiele skojarzeń, z pewnością odegrały ważną rolę w polskich miastach od momentu pojawienia się ich w latach 90. Jednak nasze społeczeństwo i nasze potrzeby ewoluują, a wraz z nimi zmienia się przestrzeń, którą tworzymy. Stało się jasne, że centra handlowe nie spełniają funkcji, jakie niegdyś pełniły targowiska. Trudno nazwać je miejscem swobodnego kontaktu sąsiadów, źródłem świeżych, lokalnych produktów spożywczych czy przestrzenią sprzyjającą zaangażowaniu się w lokalną społeczność. W większości przypadków nie oferują również dostępu do lokalnych wyrobów, produktów rzemieślniczych ani pozaspożywczych. Nie staną się też fundamentem wspólnoty sąsiedzkiej, której coraz bardziej brakuje nam we współczesnych miastach. Co zatem odpowie na te potrzeby? Jak powinna wyglądać miejska przestrzeń na miarę 2024 roku?

PRODUKCJA PRZESTRZENI I MIASTA 15-MINUTOWE

Warto odnieść się do ciekawej perspektywy przedstawionej w latach 60. i 70. XX wieku przez francuskiego socjologa i filozofa Henriego Lefebvre'a. W pojęciu Lefebvre'a przestrzeń tworzona przez ludzi odzwierciedla system ekonomiczno-społeczny, w którym funkcjonuje dana społeczność. Odnosi się to zarówno do organizacji tej przestrzeni, jak i jej estetyki²⁴. Idea produkcji przestrzeni – bo tak Lefebvre nazywa kształtowanie przez nas naszej najbliższej okolicy – wyjaśnia, jak przejście zachodnich modeli produkcji i konsumpcji wpłynęło na dominację galerii handlowych w przestrzeni miejskiej. Jednocześnie jego koncepcja pokazuje, że kryzys wspólnoty, brak poczucia przynależności, rosnąca świadomość ekologiczna i konsumencka, a także potrzeba bezpieczeństwa żywnościowe-

24 Henri Lefebvre, *Space: Social Product and Use Value*, [w:] *State, Space, World: selected essays*, 1979/2009, s. 185–195.

go, opisana w rozdziale pierwszym, muszą znaleźć swoje odzwierciedlenie w nowych miejskich przestrzeniach.

Przestrzeń miejska na miarę lat 20. XXI wieku to zatem przestrzeń umacniająca więzi społeczne i lokalną gospodarkę. Jest żywa i adaptowalna, odpowiada na bieżące potrzeby mieszkańców i mieszkanki i wspiera zdrowie publiczne. Takie kryteria wyjaśniają popularność koncepcji miasta 15-minutowego, obecnie najszerzej rozważanego modelu urbanistycznego. Koncepcja ta została przedstawiona w 2016 r. przez urbanistę Carlosa Moreno, profesora paryskiej Sorbony. Zakłada ona tworzenie przestrzeni zapewniających dostęp do podstawowych placówek społecznych i usługowych w promieniu 15 minut pieszo od miejsca zamieszkania. Taka rama planistyczna ma zapewniać zmniejszenie zależności mieszkańców i mieszkanki od samochodów i wzmocnienie roli lokalnych punktów usługowych i placówek. Przekłada się to również na zwiększenie poczucia wspólnoty, powodowane częstszym wchodzeniem w interakcje ze swoim najbliższym otoczeniem i – tym samym – z sąsiadami²⁵.

Targowiska wpisują się w koncepcję miasta 15-minutowego jako forma lokalnych centrów aktywności. Są inkubatorami lokalnej gospodarki i wspierają lokalne więzi, co odnosi się do tych samych wartości, co koncepcja miasta 15-minutowego. Ponadto, podobnie do idei Moreno, targowiska promują zrównoważoną konsumpcję opartą na krótkich łańcuchach dostaw. Miastotwórcza rola targowisk została szczegółowo opisana w wyżej wspomnianym raporcie *Na Rynek. Strategia regeneracji targowisk* i odnosi się do ich wpływu na trzy kluczowe sektory dla rozwoju miasta – gospodarki lokalnej, społeczności oraz środowiska.

Gospodarcze okoliczności wytworzone na targowiskach opisujemy w poprzednim rozdziale. Z punktu widzenia środowiskowego ważny jest stosunkowo niski ślad węglowy targowisk w porównaniu do dyskontów

25 CoopTech Hub, *Akademia Miejskiej Odporności*, 2024, <https://www.hub.coop/publikacja/akademia-miejskiej-odpornosci-raport/>.

i supermarketów²⁶. Wiąże się to po pierwsze z krótkimi łańcuchami dostaw, a więc ograniczeniem transportu i przechowalnictwa. Po drugie, targowiska to podstawowy rynek zbytu dla rolnictwa małoskalowego, które zużywa stosunkowo mało środków ochrony roślin i sztucznych nawozów. Znaczenie ma również zużywanie mniejszej liczby opakowań – na targowiskach produkty najczęściej sprzedaje się na wagę, a nie paczkowane. Kierując się wartościami środowiskowymi rozwijanymi na targowisku ze względu na naturę tego miejsca, miasto może rozwijać się w sposób zrównoważony.

Wpływ społeczny targowisk opiera się na ich otwartości i inkluzywności. Place targowe to przestrzenie spotkań wszystkich grup społecznych i wiekowych. Tym bardziej w rozwoju tych przestrzeni zachęcamy do myślenia szeroko o grupie docelowej. W trakcie realizacji projektu *Hybrydowe targowiska* spotkaliśmy się z wieloma przykładami targowisk i rynków hurtowych, które znalazły sposoby na dywersyfikację swoich usług pod kątem różnych grup wiekowych i społecznych. Opisujemy to szczegółowo w kolejnym rozdziale. Charakterystyczną wartością społeczną reprezentowaną przez targowiska jest też tworzenie „poczucia przynależności do endemicznej wspólnoty”²⁷. Taka zmaterializowana forma wspólnoty przekłada się na większe zaangażowanie w lokalną konsumpcję, wydarzenia i budowanie lokalnej wartości poprzez społeczne innowacje. Co więcej, targowiska mogą wpływać na zwyczaje zakupowe – sąsiedzi inspirują się nawzajem i wspólnie dążą do konkretnego stylu życia.

Te czynniki pokazują, że targowiska mają realny wpływ na kształtowanie przestrzeni, w której się znajdują. Zawarcie ich w planach na miasta 15-minutowe powinno więc być priorytetem.



26 Stowarzyszenie Inicjatywa Miasto, op. cit., s. 8.

27 Ibidem.

TARGOWISKA A MIEJSKA ODporność

Opisany wyżej model miasta 15-minutowego jest również odpowiedzią na potrzebę budowania lokalnej odporności. Współcześnie odporność stanowi nieodłączny element myślenia o przyszłości w kontekście lokalnym. Koncepcja ta odnosi się do metafory zachowania zdrowia w obliczu choroby i została przeniesiona na grunt społeczny i ekonomiczny. Konieczność budowania lokalnej odporności, zwanej również rezyliencją, wynika z ciągłej potrzeby reakcji na kryzysy, takie jak pandemia, wojna, inflacja, migracja czy susze. Te wyzwania stały się przez ostatnie lata naszą codziennością, a umiejętność radzenia sobie z nimi jest kluczową wartością dla miasta.

O miejskiej odporności piszemy szerzej w raportach CoopTech Hub: *Pakiet Miejskiej Odporności* oraz *Akademia Miejskiej Odporności*, do których lektury zachęcamy. Piszemy tam:

Pojęcie odporności w wymiarze społecznym i ekonomicznym odnosi się do zdolności odpowiedniego reagowania na różne zagrożenia powstające na styku globalnych procesów oraz lokalnych uwarunkowań. Odpowiedniego, czyli takiego, które umożliwia nie tylko przetrwanie, ale również stworzenie rozwiązań pozwalających sprawniej poradzić sobie z kolejnymi wyzwaniami. Kiedy jesteśmy odporni, umiemy szybko zmobilizować swoje zasoby w sytuacji zagrożenia, aby przetrwać trudne momenty. Odporne na wyzwania mogą być zarówno jednostki, społeczności, regiony, obszary przyrodnicze, jak i znacznie bardziej abstrakcyjne byty, na przykład systemy gospodarcze.

Rdzeniem myślenia o odporności jest świadomość, że to zróżnicowanie funkcji oraz różnorodność tworzą ekosystem, który jest w stanie obronić się przed zagrożeniem. Odporność to sieciowość i współpraca różnych podmiotów oraz zrozumienie, że długoterminowe utrzymanie

równowagi i stabilności wynika z licznych powiązań, a nie z prostych rozwiązań. Aleksandra Zemke obrazowo opisuje to wyzwanie, bazując na ekosystemie organizacji społecznych w Barcelonie i zachęcając do postrzegania innowacji społecznych jako patchworkowej membrany zszytej z wielu kawałków materiału: „*Na tę membranę wiele razy będą spadać różne przedmioty. To, jak ją skonstruować, żeby nie pękła, jest innowacją. Jak zrobić, żeby umiała odbić spadający przedmiot i zmienić w niegroźny obiekt?*”²⁸. Metafora ta przedstawia pytanie o to, jak dobrze wykorzystać istniejące zasoby – zarówno potencjał ludzi, jak i instytucji – tak aby poradzić sobie z kryzysową sytuacją.

Budowanie odporności charakteryzuje się wielowymiarowością i międzysektorowością. Oznacza to konieczność wyjścia poza branżowe i urzędowe ograniczenia oraz społeczne podziały i konflikty towarzyskie. Odnosi się to jednak również do zmiany priorytetów. Alterglobalistka Naomi Klein podkreśla, że napędzać powinno nas nie marzenie o wzroście, ale szukanie rozwiązań, które „*czynią nasz świat lepszym, a nasze społeczności silniejszymi*”.²⁹

Idąc za Naomi Klein i Aleksandrą Zemke, możemy myśleć o targowiskach jako przestrzeniach materializacji tych wartości. Plac targowy to różnorodny ekosystem wystawców i wystawczyń oraz klientów i klientek. To sieć osób, które znają się osobiście i są w stanie współpracować na rzecz wspólnego celu. Udowadniają to liczne akcje obrony targowisk organizowane przez stronę producencką we wsparciu klienteli. W trakcie trwania badań do niniejszego raportu poznaliśmy historię Wolumenu – jednego z kluczowych warszawskich targowisk z długą i bogatą tradycją. Wolumen musiał bronić swojego placu targowego przed inwestycją deweloperską między innymi ze względu na brak miejscowego planu zagospodarowania przestrzeni (MPZP). Również podczas wizyty na miejskim targowisku w Milanówku dowiedzieliśmy się o długiej akcji obrony placu i kupców, która trwała w latach 2019–2024. Akcja była

28 Aleksandra Zemke, *Współtworzone. Innowacje społeczne w Barcelonie*, s. 19.

29 Naomi Klein, *Sprawiedliwa transformacja*, s. 512.

odpowiedzią na nakaz opuszczenia targowiska, który kupcy otrzymali od ówczesnych władz miasta. Plac targowy był przez nich okupowany przy wielkim wsparciu ze strony konsumenckiej: mieszkańcy i mieszkanki Milanówka – bardzo związani ze swoim targowiskiem miejskim o 70-letniej historii – pokazali swoją solidarność ze stroną producencką. Protest i kryzys na targowisku szybko doprowadziły do decyzji o założeniu stowarzyszenia i tym samym do zawiązania bliższej współpracy między kupcami. W ramach podziękii po udanej obronie targowiska kupcy i kupczynie zorganizowali na placu święto ziemniaka z darmowymi produktami dla mieszkańców i mieszanek. Konieczność mobilizacji, jakkolwiek trudna, pokazała siłę sieci społecznej wytworzonej na targowisku. Ostatecznie poskutkowało też wzrostem zaangażowania i chęci do dalszego rozwijania targowiska zarówno po stronie producenckiej, jak i konsumenckiej.

Te historie to dowód na wielki potencjał targowisk w budowaniu miejskiej odporności. Pokazują one, że to na placach targowych, a nie w przestrzeniach, które te place z miasta wypierają, znajdziemy energię społeczną. To na placach targowych spontanicznie – nawet bez znacznej ingerencji planistów, zarządców i architektów – tworzą się centra sąsiedzkie. Co stałoby się, gdybyśmy wsparli dodatkowo tę spontaniczną energię zamiast stwarzać jej trudności do dalszego rozwoju poprzez nieuwzględnianie targowisk w MPZP? Można to robić na przykład poprzez rozwój dodatkowych funkcji na targowisku oraz krótkie, unieumożliwiające inwestowanie, okresy dzierżawy terenu.

Budowanie odporności to z jednej strony sięganie do sprawdzonych w przeszłości rozwiązań i schematów działania, z drugiej zaś szukanie nowych. Jest to twórcze splatanie różnych elementów w celu zaadaptowania się do nowych warunków. To działanie ochronne, a nie nakierowane na ekspansję. W tym aspekcie odporności również możemy uczyć się od targowisk, które wprowadzają swoje małe lokalne innowacje na bazie wypracowanego przez lata know-how, trzymając się jednak także swoich tradycyjnych wartości. Targowiska nie rozwijają się dla

ekspansji, jak robią to wielkopowierzchniowe sklepy, a tylko i wyłącznie dla poprawy warunków pracy na placu targowym oraz komfortu robienia na nim zakupów.

Stawianie na odporność to też zmiana priorytetów: najpierw stabilność – potem mobilność. To porzucenie fantazji, że wiecznie można uciekać do przodu (albo do większego miasta). Żyjemy w czasach, w których przyszłość już tu jest i coraz mocniej odczuwamy, że działać musimy tu i teraz, bowiem cały świat przechodzi przez kryzysy. W tym świecie musimy się zatrzymać i rozejrzeć wokół siebie, a następnie odpowiedzieć sobie na pytanie, co możemy zrobić wspólnie, aby jutro było lepsze niż dziś.

RAZEM NA PLACU TARGOWYM

Targowiska wpisują się w potrzeby współczesnych miast i w wiodące koncepcje urbanistyczne. Potencjał targowisk w budowaniu miasta przyszłości leży zarówno w ich uwarunkowaniach konsumenckich, jak i w społecznych. Aby w pełni zrozumieć ten potencjał, warto odpowiedzieć sobie na pytania: Jak infrastruktura i charakter placu targowego wpływają na powstającą na nim atmosferę? Jakie grupy spotykają się na targowiskach? Jakie są główne zagrożenia dla wytworzonego tam środowiska społecznego?

Typologizacja bazarów i targowisk może być różna zależnie od źródła. Miasto stołeczne Warszawa rozróżnia targowiska stałe, sezonowe oraz jednodniowe³⁰. W tej kategoryzacji zawiera się jednak kilka rodzajów przestrzeni targowych. Posługując się przykładami warszawskimi, wyróżnić można bazaraki osiedlowe, zlokalizowane najczęściej między blokami, czasem obok lokalnych pawilonów handlowych. Mogą one być czynne codziennie, jak w przypadku bazarów przy ul. Rembielińskiej na Bródnie, przy ul. Kondratowicza na Targówku czy przy ul. Bytnara

30 Projekt uchwały Rady Miasta st. Warszawy w sprawie targowisk miejskich.

na Mokotowie albo tylko w soboty i w niedziele, jak ursynowskie bazariki: Na Dołku czy Nasz Bazar. Ich klientami są przeważnie mieszkańcy okolicznych bloków, którzy mieszkają tam od dawna i znają swoich kupców – tam powstają ważne lokalne społeczności. Większe targowiska – czynne najczęściej codziennie z wyjątkiem niedziel i zwykle mające dłuższą tradycję niż bazariki osiedlowe, które były wynikiem erupcji przedsiębiorczości z lat 80. i 90. – znane są w całej Warszawie i przyciągają klientów z odległych dzielnic. Ich przykładami są: Bazar Mirowski, Zieleniak przy ul. Banacha, ale także zamierające obecnie Bazar Różyckiego czy Bazar na Polnej. Niektóre targowiska są znane i przyciągają klientów nawet spoza Warszawy ze względu na specyfikę swojej oferty: mają typowe dni targowe rolno-przemysłowe, np. we wtorki i w piątki, natomiast w soboty i niedziele zamieniają się w giełdę elektroniczną (jak Wolumen) czy w targ staroci (jak Koło). Poszczególne przykłady opisujemy szerzej w rozdziale 3.

Najczęściej używaną kategoryzacją jest jednak rozdział targowisk tradycyjnych – z wieloletnią historią działania w danym miejscu, egalitarnych i przystępnych cenowo od nowych bazarów z ekologiczną żywnością – zachęcających estetyką, ale jednak drogich i elitarnych. Ten rozdział jest z jednej strony naturalny, ponieważ w ten sposób targowiska łączą producentów i konsumentów o podobnych priorytetach, ale z drugiej uważamy go za niepotrzebnie dzielący przestrzeń miejską pod heterogenne grupy społeczne. Tymczasem, jak piszemy wyżej, targowiska mają długą historię łączenia różnych środowisk i warto, aby ten potencjał był w pełni wykorzystany. Tak dzieje się na wielu placach targowych, które mieliśmy okazję odwiedzić w trakcie trwania tego projektu, ponieważ coraz więcej zarządców i zarządczyń widzi potrzebę łączenia dwóch światów targowych – tradycyjnego i przystępnego z ekologicznym i droższym.

Skupiając się na tym, co łączy te dwa modele placu targowego, czyli świeżość dostępnych na nich produktów, można wytworzyć przestrzeń, w której te światy koegzystują. Przykładem może być pomysł utworze-

nia dodatkowego dnia targowego z żywnością ekologiczną na tradycyjnych targowiskach, jakimi są Wolumen czy Bazar na Szmulkach, lub projekt hali z produktami regionalnymi na rynku hurtowym w Broniszach. Taką koegzystencję i dywersyfikację reprezentuje wspólna przestrzeń tworzona przez rolników konwencjonalnych i ekologicznych na wrocławskim Ryneczku Jemiołowa oraz izabelińskim Ryneczku po Sąsiedzku. Więcej o tych przestrzeniach piszemy w rozdziale 3.

Zabieg łączenia różnych funkcji, rodzajów produktów i grup społecznych na targowisku jest też formą przeciwdziałania gentryfikacji, która jest dużym wyzwaniem w tworzeniu nowych przestrzeni miejskich. Gentryfikacja to zmiana charakteru danej dzielnicy lub okolicy spowodowana wzrostem liczby mieszkańców o wysokim statusie materialnym, a także inwestycjami. Gentryfikacja nie jest jednoznacznym pojęciem, a jej konsekwencje obejmują zarówno ceny usług i mieszkań w danej dzielnicy, jak i zmiany w lokalnej społeczności i kulturze³¹. Ten szkodliwy dla zmarginalizowanych grup proces jest także rozpatrywany w kontekście targowisk, ponieważ każdy projekt rewitalizacyjny grozi zgentryfikowaniem danej przestrzeni. Zgadza się, że wiele targowisk potrzebuje zmian infrastrukturalnych i rewitalizacji, ale w każdym z tych procesów unikanie gentryfikacji to stąpanie po bardzo kruchym lodzie.

W przypadku Warszawy coraz częściej spotykamy się z krytyką gentryfikacji w kontekście pojawiania się coraz to nowszych, nieprzystępnych cenowo stref gastronomicznych. Jest to szczególnie problematyczne, jeśli w danym miejscu znajdowała się uprzednio tradycyjna, egalitarna hala targowa.

Takie zagrożenie pojawiło się w Warszawie po raz kolejny przy okazji remontu Hali Gwardii, jednej z dwóch tzw. Hal Mirowskich. Hale Mirowskie to miejsce egalitarne, tradycyjne i z tego powodu wyjątkowe w Śródmieściu. Centralna część stolicy nie może liczyć na łatwy dostęp do świeżej żywności poza tymi halami. Wewnątrz hali można odwiedzić

31 Brenner, Marcuse i Mayer, *Cities for people, not for profit: Critical urban theory and the right to the city*, Routledge, 2012.

szewca czy krawcową, a wzdłuż elewacji hal znajduje się strefa pawilonów spożywczych, w których można bez problemu zrobić kompletne zakupy. Zagrożenie dla tej cennej miejskiej przestrzeni pojawiło się wraz z remontem Hali Gwardii oraz jej otoczenia. Jak czytamy w wywiadzie z architektką Zuzanną Mielczarek:

Miasto zdecydowało, żeby te zadania wykonać w formule partnerstwa publiczno–prywatnego, aby outsourcować koszty remontu (...). Przetarg ogłoszony w 2020 roku wzbudził kontrowersje przede wszystkim dlatego, że nie dotyczy jedynie remontu, ale i zarządzania tym terenem aż przez trzydzieści lat (...). Mieszkańcy i aktywiści zaczęli się obawiać, że powstaną kolejne „Koszyki”, czyli przestrzeń usług niedostępnych dla nich cenowo. W dokumentacji przetargowej nie pojawiły się wytyczne lub informacje o tym, jaki ma być koszt najmu stoisk, nie ma nic o dostępności cenowej. Po drugie, jako nieruchomości opcjonalne w planie do przetargu zaznaczone zostały okoliczne działki obejmujące między innymi bazar, targowiska mirowskie, park Mirowski i fragment Osi Saskiej pomiędzy Halą i Pałacem Lubomirskich³².

Więcej o Bazarze Mirowskim piszemy w rozdziale 3.

Dzięki zaangażowaniu stowarzyszenia Miasto Jest Nasze obawy o przyszłość targowiska zewnętrznego oraz ogólnie rosnące zainteresowanie tematem bazarów zostały przekształcone w inicjatywę uchwałodawczą w sprawie targowisk miejskich. Projekt uchwały określa konkretne rozwiązania, które będą konsolidować wsparcie i ochronę targowisk przez miasto. Wśród kluczowych postulatów znajdują się: „Prezydent m.st. Warszawy, sporządzając projekt miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego albo projekt zmiany MPZP, zapewnia zachowanie handlowo-usługowego charakteru targowisk miejskich” oraz „Organy m.st. Warszawy wspierają rozwój handlu na targowiskach miejskich przez popularyzowanie tej formy handlu oraz wyposażenie

32 Alicja Gzowska, *Brzuch Warszawy*, „Architektura i Biznes. Jadalne miasto”, nr 1/2024, s. 114.

targowisk miejskich w odpowiednią infrastrukturę, a także opracowują i wdrażają standardy projektowania targowisk”³³. Projekt uchwały wraz z zebranymi przez Miasto Jest Nasze podpisami został złożony 8 lutego 2024 roku, ale ze względu na konieczność wprowadzenia zmian zasugerowanych przez Radę m.st. Warszawy proces ten nie zakończył się jeszcze do dnia sporządzania niniejszego raportu.

Postulaty wykształcone w procesie przygotowywania projektu uchwały dotyczą kultywowania istniejących targowisk i tworzenia nowych tak, aby uniknąć efektu gentryfikującego. Dobrze podsumowuje je Zuzanna Mielczarek w poście opublikowanym przed wyborami samorządowymi, mającym zwracać uwagę kandydatów na włodarzy na ten problem. Wśród postulatów Zuzanna wymienia: dostęp do zdrowej, świeżej, lokalnej i dostępnej cenowo żywności, precyzyjne plany miejscowe chroniące lokalizację i przestrzeń bazarków, stabilne warunki dzierżawy stoisk, bezpieczeństwo kupców (przekładające się na bezpieczeństwo kupujących), zmianę charakteru rewitalizacji targowisk („kupcy nie potrzebują makijażu w postaci ujednoliconych, nieskonsultowanych z nimi stoisk”), inwestycję w infrastrukturę – toalety, miejsca odpoczynku oraz dostosowanie przestrzeni pod osoby z niepełnosprawnościami. Jak pisze Zuzanna, „chaos przestrzenny to brak niezbędnej do życia infrastruktury, nie obecność kolorowych straganów i budek!”³⁴

Przykładem niepraktyczności dotychczasowego podejścia do rewitalizacji bazarów jest przykład Bazaru Rogatka na warszawskim Kamionku. Bazar wyposażono w pawilony, a następnie powołano zespół roboczy dotyczący Centrum Lokalnego Kamionek. Powołano go wtedy, gdy opóźniona o wiele miesięcy inwestycja zbliżała się do końca. W jego składzie znaleźli się urzędnicy kierujący m.in. Zakładem Gospodarowania Nieruchomościami, Wydziałem Gospodarowania Nieruchomo-

33 Projekt uchwały Rady m.st. Warszawy w sprawie targowisk miejskich, złożony w Kancelarii Rady Miasta Stołecznego Warszawy dn. 08.02.2024.

34 Zuzanna Mielczarek, *Hale Mirowskie, nazywane „Brzuchem Warszawy”...*, 20 marca 2024 r., Facebook, <https://www.facebook.com/zuziamiel/posts/pfbid0RgmaWJz2ZDRWtHg9iVWuJAIyBHGLwMfKaMkttYpaTojQoCCmpp5vsfRkUdu1hEoil>.

ściami i Nadzorem Właścicielskim, a także działami sportu, kultury czy spraw społecznych. Zespół ten miał za zadanie przygotować konkursy na najem pawilonów i wypracować ofertę społeczno-kulturalną dla Centrum Lokalnego Kamionek. W zespole zabrakło przedstawicieli Samorządu Mieszkańców Osiedla Kamionek, który mógłby na bieżąco komunikować potrzeby mieszkańców okolicy CL Kamionek. Nie było w nim również żadnych przedstawicieli stowarzyszeń zrzeszających kupców, którzy mogliby służyć wiedzą, jak prowadzić targowisko. Zespół przeprowadził wśród mieszkańców ankietę dot. funkcji, jakich oczekują w pawilonach. Najwięcej głosów oddano na działalność handlową artykułami spożywczymi. Zdecydowano o rozdzieleniu konkursu na 9 pawilonów handlowych i tzw. pawilon gastronomiczny. Kilka miesięcy później ogłoszono zaś konkurs na wynajem, z góry narzucając określone formy działalności w konkretnych pawilonach – i po raz kolejny nie pytając kupców o ich opinię oraz proponując krótki, dwutygodniowy termin składania ofert. Kilka złożonych ofert odrzucono ze względów formalnych, po czym ponownie przeprowadzono konkurs ofert, który również pozostał nierozstrzygnięty. Obecnie, w chwili pisania niniejszego raportu bazarek wciąż pozostaje niewykorzystany. Część oferentów zgłaszała, że pawilony są za małe do prowadzenia handlu, co zgadzało się z opinią jednego ze sprzedawców warzyw i owoców, który długo był zainteresowany wynajmem pawilonów, ale chciał połączyć dwa w jeden, by pomieścić swój towar.

Perspektywa kupców i kupczyń zawsze powinna być głównym źródłem informacji podczas podejmowania decyzji o zmianach na placach targowych. W ten sposób unikniemy kolejnych miejskich porażek, takich jak przykład Bazaru Rogatka. Warto więc zrozumieć, jaki jest charakter społeczności targowisk miejskich. Oczywiście w każdym przypadku cechy te mogą się od siebie różnić, ale są pewne punkty wspólne, na które zwróciliśmy uwagę podczas naszych badań na targowiskach. Obecni sprzedający to najczęściej osoby już w wieku przedemerytalnym lub emeryci, którzy zaczęli swoją działalność w przedsiębiorczych latach 80. i 90. XX wieku. Zmiana pokoleniowa dokonuje się bardzo powoli.

Czasem wśród sprzedających pojawiają się dzieci przedsiębiorców z tamtych czasów, a czasem – ale rzadko – młodzi ludzie chcący skorzystać ze stosunkowo łatwej możliwości rozpoczynania biznesu. Nowe pokolenie wybiera najczęściej sprzedaż produktów ekologicznych, modnych, szukając w nich wartości dodanej. Drugą grupą sprzedających są rolnicy i producenci żywności, oferujący produkty z własnych gospodarstw. Korzystają oni najczęściej z dni targowych, w pozostałe dni zajmując się uprawą lub przetwórstwem.

Jak wygląda to po stronie konsumenckiej? Z rozmów przeprowadzonych w trakcie projektu wynika, że konsumenci na targowiskach to najczęściej osoby w wieku emerytalnym, co jest związane z godzinami działania targowisk – są to godziny pracy osób czynnych zawodowo. Godziny działania bazarów są często podawane jako powód odstąpienia od zakupów na bazarze, pomimo posiadania chęci zaopatrywania się w świeże produkty. W soboty i w niedziele na bazary przychodzą osoby w różnym wieku, choć nadal widoczna jest luka pokoleniowa. Młodzi ludzie często wybierają centra handlowe i supermarkety z powodów estetycznych oraz z powodu łatwości robienia zakupów – w prawie dowolnych godzinach, bez konieczności stania w kolejkach po różne produkty.

Niemniej jednak, luka pokoleniowa po stronie konsumenckiej jest coraz mniejsza. Z wyników badania zleconego przez m.st. Warszawa *Targowiska i samodzielne stoiska handlowe – korzystanie i opinie warszawiaków z 2019 roku* dowiadujemy się, że aż 43% respondentów w wieku 15–19 lat oraz 55% respondentów w wieku 20–24 lata deklaruje, że robiło zakupy na targowisku w przeciągu ostatnich trzech miesięcy³⁵. Jest to spowodowane coraz większą potrzebą świadomych zakupów, ale także czymś, co redaktorka miesięcznika „Architektura i Biznes” Małgorzata Tomczak nazywa renesansem „miejsc trzecich”, czyli takich, w których mieszkańcy i mieszkanki nie muszą spełniać swoich podstawowych ról społecznych, które wyznacza przestrzeń domu, pracy czy szkoły. Trzecie

35 Urząd m.st. Warszawy, Biuro Marketingu Miasta, *Targowiska i samodzielne stoiska handlowe – korzystanie i opinie warszawiaków*, 2019, s. 17.

miejsca to przestrzenie swobodne, mało formalne i dostępne, w których możemy doświadczać codzienności poza standardowymi ramami naszej egzystencji³⁶. Wzrost zainteresowania młodego pokolenia zakupami na bazarze raportują nam także zarządcy i zarządczynie targowisk, którzy nie widzą problemu z klientelą i jej zróżnicowaniem.

Luka pokoleniowa widoczna jest jednak po stronie producenckiej, ponieważ, jak piszemy wyżej, dotychczasowych sprzedawców i sprzedawczyń często nie ma kto zastąpić. Jak czytamy w raporcie *Na Rynek. Strategia regeneracji targowisk*, „szacuje się, że około 25–30% kupców na targowiskach miejskich to osoby w wieku emerytalnym”³⁷. Warto więc zastanowić się, jakie rozwiązania mogą zachęcić młodych rolników i rolniczki oraz handlarzy i handlarki do wykorzystania niskiego progu wejścia oraz innych atutów gospodarczych oferowanych przez targowiska, o których piszemy w rozdziale 1. Hybrydyzacja targowisk i tym samym zapewnienie im nowych funkcji i odsłony cyfrowej może stać się ważnym elementem przyciągania nowej grupy producenckiej na targowiska. Więcej o hybrydyzacji piszemy w rozdziale 4.

DOBRE PRAKTYKI SPOZA POLSKI

Każde targowisko ma swoją lokalną specyfikę, na której zdecydowanie zalecamy opierać się przy wprowadzaniu jakichkolwiek zmian. Istnieją jednak zagraniczne przykłady dobrych praktyk targowiskowych, które szczególnie polecamy uwadze władarzy i włodarzy polskich miast.

Wspaniałym przykładem tego, jak mogą wyglądać miejskie targowiska, jest Barcelona. Słynna w całej Europie malownicza i pachnąca La Boqueria jest częścią systemu 39 targowisk, wspieranych przez miasto. Każda dzielnica ma swoje targowisko, a nowe są tworzone w za-

36 „Architektura i Biznes. Jadalne miasto”, nr 1/2024, s. 9.

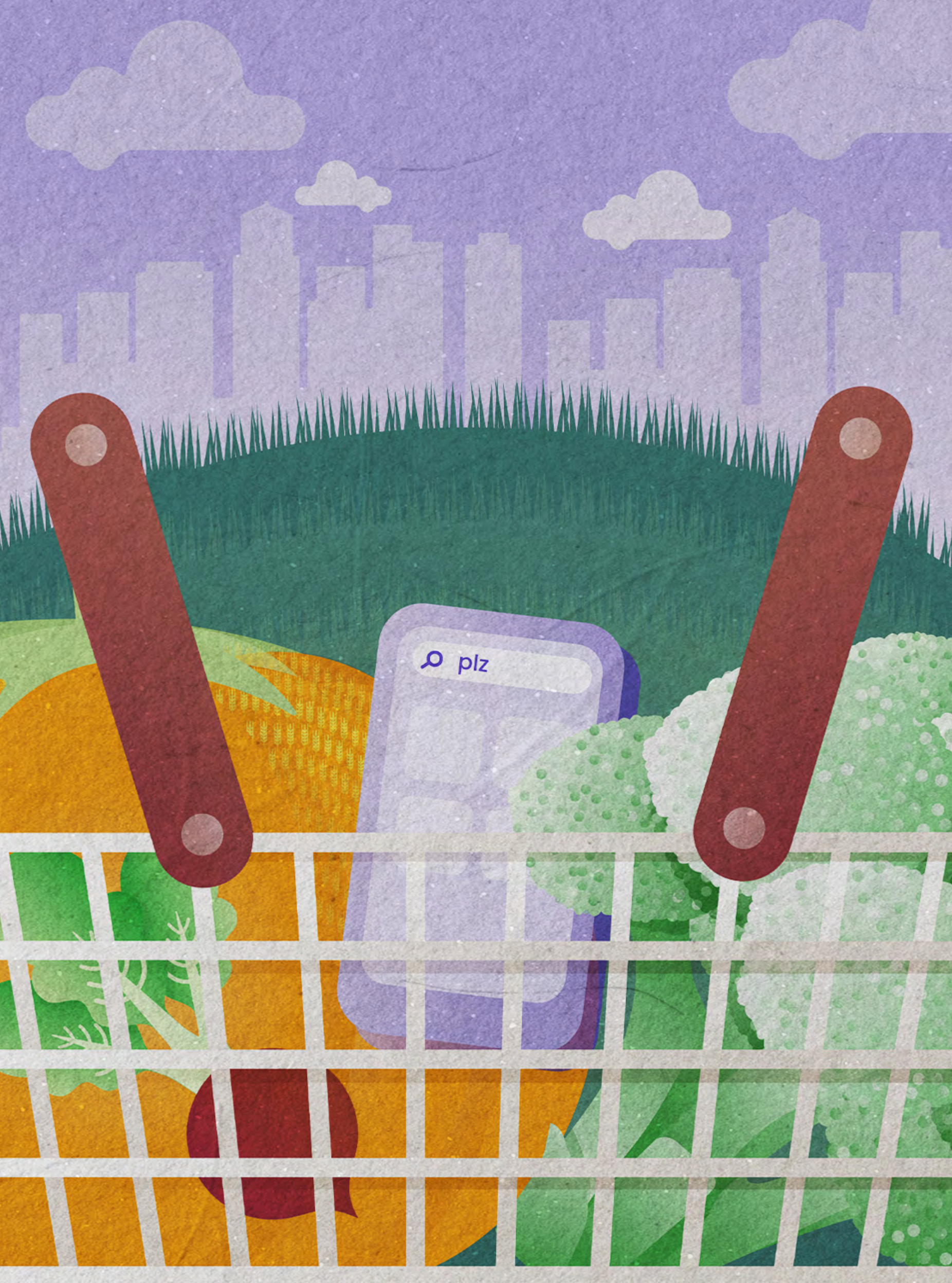
37 Stowarzyszenie Inicjatywa Miasto, op. cit., s. 10.

leżności od potrzeb. Miasto inwestuje w targowiska 100 milionów euro rocznie, a polityka współpracy z dyskontami, takimi jak Lidl, dodatkowo dofinansowuje i wzbogaca ten system (m.in. przez konieczność wyznaczenia miejsc sprzedaży świeżych warzyw i owoców przy supermarketach). Miasto dba o infrastrukturę tych miejsc, zapewniając ich funkcjonalność i estetykę.

Ciekawym przykładem są także ruchome targowiska w Holandii, na przykład w Utrechcie. W każdą środę, piątek i sobotę na główny plac miasta przywożone są ogromne handlowe przyczepy z towarami wymagającymi chłodni, takimi jak słynne holenderskie sery, ryby czy owoce morza. Obok nich rozkładają się stoiska z warzywami i owocami, kwiatami, odzieżą – jednak to, co najbardziej ożywia ten targ, to możliwość zjedzenia tradycyjnych, świeżo przygotowanych ryb, frytek czy placuszków. Targ działa od 8:00 do 17:00, po czym plac miejski wykorzystywany jest do innych aktywności.

Taka wielofunkcyjność i elastyczność przestrzeni targowej bardzo dobrze wpisuje się w wyżej opisane modele miasta 15-minutowego oraz budowania miejskiej odporności. Z odpowiednim wsparciem ze strony samorządów, polskie targowiska również mogą mieć przed sobą lepszą przyszłość, tak by wykorzystywały w pełni swój potencjał miastotwórczy.





Różne twarze targowisk

Poniżej przedstawiamy wybrane przykłady bazarków i targowisk, które są nam znane z bezpośrednich kontaktów. Obok placów targowych obserwowanych przez CoopTech Hub podczas projektu opisujemy także przykłady przeanalizowane przez Stowarzyszenie Miasto Jest Nasze działające w Warszawie. Miasto Jest Nasze zapoznało się z wszystkimi warszawskimi bazarkami, których według listy opublikowanej na stronie www.biznes.um.warszawa.pl/wykazy-miejsc jest 57: część z nich nie jest typowymi bazarkami, ale miejscami sprzedaży przy cmentarzach czy giełdą narciarską. Oprócz tych wymienionych w miejskim spisie istnieją też małe bazarki prywatne, np. na Ulrychowie, w Wilanowie lub w Marysinie Wawerskim – nie zostały one wymienione na stronie urzędu miasta.

Interesującym zjawiskiem jest to, że lista na wspomnianej stronie zawiera więcej pozycji niż liczba bazarów, które mogą być zauważone „gołym okiem” (45), bowiem na kilku z nich jest więcej niż jeden dzierżawca terenu. Wolumen i Bazar Mirowski to przykłady, w których część bazaru zarządzana jest przez PSS Społem, a druga część przez, odpowiednio, stowarzyszenia kupców i rolników lub przez miasto. To przekłada się na odmienny sposób działania tych części z punktu widzenia handlowców. Podobnie bardzo duże targowisko przy Rondzie Wiatraczna to formalnie dwa różne targowiska: Męcińska i Grochowska. Takie rozdrobnienie – szczególnie w połączeniu z jeszcze bardziej skomplikowaną własnością gruntów (np. na jednym bazarku właścicielami gruntu może być Zarząd Dróg Miejskich, Metro Warszawskie oraz Agencja Mienia Miasta Warszawa) – nie ułatwia dbania o infrastrukturę targowisk.



Przedstawione poniżej istniejące lub przyszłe bazarki wybrane zostały dlatego, że pokazują drogę rozwoju, która łączy w sobie tradycję i nowoczesność. Opisane przez nas przestrzenie dają świadectwo tego, że targowiska mogą być jednocześnie nowoczesne i przypominać nam o tym, co dawne targi wypracowały przez wieki.



BAZAR KRÓTKA DROGA

Bazar Krótka Droga to oddolna inicjatywa, która połączyła mieszkanki i mieszkańców Wrocławia oraz ekologicznych rolników z Dolnego Śląska. Przewodnią ideą jego działania jest zacieśnianie współpracy między konsumentami i lokalnymi producentami. Od 14 lat bazar wędrował po różnych lokalizacjach. W 2022 r. inicjatywa otrzymała od władz miasta propozycję przejęcia w zarządzanie jednego z miejskich placów targowych, tzw. Ryneczku Jemiołowa. Oficjalnie najemcą placu jest Mariusz Sibila, jeden z głównych *spiritus movens* przedsięwzięcia, ale w czerwcu 2024 powstała założona przez osoby z bazaru Spółdzielnia Krótka Droga, która ma współlniać prowadzenie targowiska.

Założeniem wyjściowym bazaru było wspieranie rolników ekologicznych działających w strefie żywicielskiej Wrocławia. Rolniczki i rolnicy są od początku aktywnymi członkami inicjatywy, a część z nich została osobami członkowskimi spółdzielni. W momencie, w którym inicjatywa zaczęła działać na miejskim placu targowym przy ulicy Jemiołowej, pojawili się też kupcy oferujący konwencjonalne towary. Obecność zarówno produktów ekologicznych, rzemieślniczych, jak i klasycznego asortymentu z konwencjonalnego rolnictwa jest istotnym elementem targowiska i stanowi o jego egalitarności. Takie połączenie sprzyja wymianie – każdy może znaleźć tu coś dla siebie, a równocześnie ekologiczna żywność ma okazję dotrzeć do szerszej grupy odbiorców, którzy przy okazji coś sobie dokupią. Jest to ciekawa alternatywa wobec twardego podziału na zwykłe bazary oraz ekskluzywne targi z żywnością bio. Na razie konwencjonalni rolnicy i kupcy nie skorzystali z zaproszenia do spółdzielni. Trwają dyskusje wokół katalogu wartości, którymi będzie posługiwać się spółdzielnia, co również może wpłynąć na to, kto jeszcze do niej przystąpi. Mariusz Sibila podkreślał, że ważne jest, żeby spółdzielcy i spółdzielczynie „czuli wspólne wartości” i współodpowiedzialność za plac targowy.

Spółdzielnia i Bazar Krótka Droga to jednak dużo więcej niż tylko zakupy. Inicjatywa wyrosła w kulturotwórczym środowisku związanym z klubokawiarnią Falanster oraz Fundacją EkoRozwoju. Bazar od początku był również miejscem kultury, w którym organizowano wystawy, koncerty, warsztaty i inne wydarzenia. Jednym z obecnie realizowanych działań na tym polu jest Bazar Bizarre, czyli festiwal sztuki realizowany w przestrzeni targowiska. To projekt rozpisany na trzy lata z cyklicznym dużym wydarzeniem na Ryneczku Jemiołowa. W programie znajdziemy kwestie społeczno-filozoficzne związane z takimi nurtami, jak posthumanizm czy mroczna ekologia.

Najnowsza edycja odbyła się pod znakiem „użyźnienia”. Kolejna odbędzie się w październiku i będzie miała motyw „dług”. Podczas ostatniej edycji pojawiła się na przykład instalacja autorstwa Alicji Patanowskiej, która przerobiła (za zgodą artysty) tratwę skonstruowaną przez Pawła Althamera na skrzynie ogrodowe. Bazując na swoim doświadczeniu z działaniami międzygatunkowymi, artystka nadała instalacji swój indywidualny charakter. Z kolei Michalina Kostecka wystawiła podczas tej edycji fotografie kompostowników oraz obrazy z produktów spożywczych nawiązujących do przesilenia letniego, podczas którego odbywał się festiwal. W jego ramach odbył się także performance „artyści karmiący” pod wiatą z bambusa, która również była częścią instalacji. Został wzniesiony toast za kompost i rozpoczęła się uczta, które mają się stać nową tradycją. Wydarzeniom towarzyszyła także akcja kompostowania, zorganizowana we współpracy z Galerią BWA Wrocław. Ta z kolei postawi na placu targowym Glebak – dystrybutor, z którego będzie można pobrać ziemię z miejskiego kompostownika i przy okazji dowiedzieć się, czym jest kompost i jak powstaje. W tym kontekście targowiska mogą być przestrzeniami wymiany wiedzy naukowej, na co zwraca uwagę Mariusz Sibila.

Kolejnym interdyscyplinarnym działaniem bazaru była akcja odbetonowania fragmentu placu targowego połączona z sąsiedzkiem piknikiem. Nowa zielona przestrzeń, mini ogród, ma sprzyjać sąsiedzkiej in-



tegracji. Monika Onyszkiewicz z Fundacji EkoRozwoju zwraca uwagę, że to działanie jest też narzędziem edukacji. Na Bazarze Krótka Droga ludzie kierują się zaś zasadą, żeby o rzeczach, które są zwykle rozdzielane – polityce miejskiej, jedzeniu i kompostowaniu – mówić wspólnie.

W planach Krótkiej Drogi jest również prowadzenie palarni kawy i kawiarni oraz profesjonalnej kuchni, którą będzie można wynająć na godziny.

Dlaczego spółdzielnia? Jak ujęła to Monika Onyszkiewicz, niektóre decyzje muszą dojrzeć. Ta dojrzewała dosyć długo. Bezpośrednim czynnikiem założenia spółdzielni było to, że Bazar Krótka Droga pączkuje i rozrasta się w różnych kierunkach. Proces hybrydyzacji targowiska trwa. W konsekwencji tego procesu zadań i tematów do przypilnowania robi

się bardzo dużo. Każda z osób miała przecież inną pracę i coraz mniej przestrzeni na wolontaryjne działania. Postanowiono więc przekuć bazar w formę, która będzie umożliwiała zatrudnienie i sprawny podział odpowiedzialności bez utracenia przy tym charakteru kolektywnego i demokratycznego przedsięwzięcia. Dotychczas to Mariusz był jednoosobowo odpowiedzialny za targowisko. Było to dużym obciążeniem i blokadą do rozwoju wynikającą z niedostatecznie dużego zespołu.

Spółdzielnia już teraz otwiera nowe ścieżki rozwoju dla Bazaru Krótka Droga. Jednym z pomysłów jest replikowanie pawilonu, który osoby z Krótkiej Drogi zbudowały na Ryneczku Jemiołowa, jako adaptowalnej infrastruktury dla targowisk. Pawilon funkcjonuje jako konstrukcja modułowa: „budowlane klocki Lego”, jak nazwał je Mariusz. Mógłby to być jeden z produktów oferowanych przez spółdzielnię. Ponadto, w czerwcu 2024 r. odbyło się spotkanie w magistracie wrocławskim, na którym pojawili się inni zarządcy placów targowych. Ze spotkania wynikało, że miasto widzi wartość w tym, co się dzieje na Ryneczku Jemiołowa, a jednocześnie inni zarządcy sygnalizują potrzebę wsparcia w zakresie budowania tej dodatkowej warstwy wartości na targowisku. To jest rodzaj pracy, usługi, którą może oferować spółdzielnia, tworząc korzyść dla wszystkich mieszkańców i mieszkanek miasta.

RYNECZEK PO SĄSIEDZKU

Ryneczek to oddolna społeczna inicjatywa grupy przedsiębiorczych mieszkańców podwarszawskiego Izabelina, zainteresowanych poszerzeniem dostępności świeżych i produkowanych lokalnie produktów spożywczych, która w czerwcu 2021 r. doprowadziła do powstania gminnego targowiska. Z tej grupy inicjatywnej wyłoniła się organizacja pozarządowa Stowarzyszenie Dla Nas, która od samego początku jako zarządca i organizator prowadzi i rozwija tę społeczną inicjatywę pozyskując środki z gminnej dotacji. To interesujący model współpracy

organizacji pozarządowej z lokalnym samorządem, oparty na wymianie komplementarnych zasobów: pomysły, inicjatywa, kompetencje i energia liderów społecznych, a ze strony gminnych władz dotacja finansowa i pełne delegowanie odpowiedzialności poza struktury urzędu. Społeczna inicjatywa mieszkańców staje się zadaniem publicznym, realizowanym przez 3 sektor – od mieszkańców dla mieszkańców, ponad wszelkimi podziałami społecznymi, politycznymi oraz mentalnymi. Aktualny skład Stowarzyszenia stanowi Anna Rychlik, Mariusz Kalist i Jean-Sylvain Delepaut.

Priorytetem organizacji Ryneczku jest służenie na rzecz zdrowia fizycznego i dobrostanu psychicznego mieszkańców gminy Izabelin. Odpowiednia dieta to warunek dobrego zdrowia i samopoczucia – „jesteś tym co jesz”.

Zatem głównym i podstawowym celem realizacji inicjatywy Ryneczek jest stworzenie miejsca z łatwym dostępem do szerokiej oferty i możliwości zakupów świeżej żywności prosto z pola, wyrobów spożywczych z prostym składem, bez sztucznych dodatków. Certyfikat ekologiczny nie jest wymagany. Ofertę ryneczku budują płody rolne bezpośrednio od lokalnego rolnika i produkty wytwarzane przez małych lokalnych producentów według tradycyjnych receptur z naturalnych składników. Wśród nich jest również oferta ekologiczna, która ma swoich stałych odbiorców. Celem jest różnorodność i adresowanie różnych potrzeb w zakresie jakości produktu i segmentów cenowych.

Dostępność ryneczku ze zdrową żywnością na miejscu i systematycznie co tydzień ułatwia regularne zakupy zdrowych artykułów żywnościowych, a zatem realną możliwość i zachętę dla mieszkańców do ciągłego ich stosowania w codziennej diecie. Dodatkowo stwarza to możliwość korzystania z niego przez większą liczbę mieszkańców, gdyż łatwa dostępność takiej oferty na miejscu oraz możliwość porozmawiania z producentem, wytwórcą, rolnikiem na temat oferowanych produktów przyciąga nowych klientów.

Nie bez znaczenia jest również sposób prowadzenia inicjatywy przez organizatorów oraz działania prospołeczne na platformie sobotnich rynekczków, które przyciągają nowych klientów z całego Powiatu Warszawskiego Zachodniego. Stowarzyszenie Dla Nas konsekwentnie realizuje inicjatywy towarzyszące z obszaru Kultura i Rozwój, Zdrowie i Środowisko, Relacje Społeczne, Przedsiębiorczość, które służą integracji i rozwojowi lokalnej społeczności.

W ten sposób adresuje drugi ważny element zdrowia człowieka - jego dobrostan psychiczny, na który ma wpływ jakość jego relacji i życia społecznego.



W przyjaznej atmosferze i przyjemnie urządzonej przestrzeni, przy muzyce w tle, dzięki strefie gastronomicznej z ogródkiem do konsumpcji na miejscu oraz eventom, Ryneczek stwarza naturalną okazję do spotkania znajomych, sąsiadów, poznawania nowych osób. Miło spędzony tutaj czas korzystnie wpływa na jakość życia, poziom tożsamości lokalnej i stan relacji społecznych. Sobotni Ryneczek bardzo szybko stał się centrum grawitacji życia sąsiedzkiego i stylem życia dla kilku tysięcy mieszkańców gminy Izabelin. Co sobotę tętni tam życie, i to niezależnie od pogody i pory roku! Ryneczek służy więc także jako przestrzeń komunikacji pomiędzy gminą a lokalną społecznością.

Stowarzyszenie Dla Nas konsekwentnie rozwija inicjatywę Ryneczek od 2021 r, czyniąc ją największą inicjatywą mieszkańców w gminie. Świadczy o tym jej skala, zasięg i wpływ na społeczność, wachlarz korzyści dla mieszkańców oraz dla gminy, czas trwania, ciągłość i powtarzalność, dynamika rozwoju, jakość i efektywność realizacji.

Od początku działalności to już ponad 160 zrealizowanych ryneczków (182 na koniec 2024), ok. 50 eventów i inicjatyw prospołecznych, ponad 60 stałych i sezonowych wystawców, w tym połowa z gminy Izabelin, ok. 3000 osób odwiedzających 1 ryneczek.

Warto nadmienić, że gmina Izabelin od jej powstania do 2021 r nie posiadała własnego targowiska.

Ważnym elementem działalności Stowarzyszenia jest promowanie przedsiębiorczości i lokalnych biznesów. Członkowie stowarzyszenia to społecznicy rozpoznawalni w lokalnej wspólnotce, co w kombinacji z ich szerokim doświadczeniem zawodowym na stopniach menadżerskich pozwala im na sprawne rozpoznawanie i inkubowanie innowacji. Ryneczek i inicjatywy wokół niego są więc bliskie ideom lokalnego rozwoju i stawianiu na lokalne zasoby.

Ryneczek bazuje na wzajemnym zaufaniu i działa jak jeden ekosystem o wysokiej energii wytwarzanej przez organizatorów i wystawców, do którego zapraszani są klienci. Energia w takim ekosystemie jest bardzo

wysoka przez te kilka godzin, ale to systematyczność i różnorodność działań przekłada się na wspólne budowanie czegoś tak niezwykłego. To kwintesencja budowania lokalnej odporności na targowiskach. Jak pisaliśmy wyżej, na odporność składają się właśnie takie czynniki, jak systematyczność i różnorodność, które na placu targowym są chlebem powszednim.

KOPERNIKA 30

W samym centrum Warszawy, zaraz obok skrzyżowania Nowego Świata i Świętokrzyskiej, pod adresem Kopernika 30 stoi potężna przedwojenna kamienica, która została wzniesiona w latach 1911–12 jako siedziba Centralnego Towarzystwa Rolniczego. Od 1992 roku działa tu Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc Chłopska” (KZRS SCh). Związek zrzesza około 600 spółdzielni funkcjonujących we wsiach i mniejszych miastach Polski, których głównym celem jest zaopatrywanie swoich mieszkańców w produkty spożywcze i przemysłowe.

Spółdzielnie „SCh” dysponują szeroką siecią handlową i dystrybucyjną na terenie całego kraju: ponad 4 tys. sklepów spożywczych i przemysłowych, ok. 400 baz obrotu art. masowymi (np. węglem, materiałami budowlanymi, nawozami sztucznymi itp.) i punktami skupu art. rolniczych, ponad 100 hurtowniami art. spożywczo-przemysłowych i blisko 320 zakładów produkcyjnych (piekarni, ciastkarni, masarni, ubojni, rozlewni wód i napojów, mieszalni pasz i innych zakładów przetwórstwa żywności).³⁸

Podstawowym celem KZRS SCh jest wspieranie ww. podmiotów poprzez reprezentowanie ich interesów przed władzami centralnymi i samorządowymi, prowadzenie działalności doradczej i szkoleniowej i pro-

38 Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc Chłopska”, *O nas*, <https://kzrs.pl/o-nas/>.



wadzenie lustracji zrzeszonych spółdzielni (czyli ustawowych kontroli działalności). Dodatkowo KZRS SCh zajmuje się promowaniem i budowaniem wizerunku spółdzielni i jej produktów. To właśnie w ten ostatni cel mają wpisywać się działania związane z targowiskiem oraz sklepem. Prezeska KZRS SCh Aneta Englot planuje otwarcie sklepu z produktami spółdzielczymi pochodzącymi z całego kraju oraz z zagranicy. Sklep będzie również funkcjonował jako małe bistro i kawiarnia. Raz w tygodniu na podwórku kamienicy planowane jest targowisko, gdzie oprócz świeżych produktów lokalnych (warzyw i owoców) będzie można kupić produkty spółdzielcze z całego kraju.

Pomysłodawczynie zależy na tym, że pokazać mieszkankom i mieszkańcom stolicy, że spółdzielnie chłopskie – i w ogóle spółdzielnie – to nasz lokalny kapitał, który produkuje dobre jedzenie, dba o swoich pracowników, jest demokratycznie zarządzany, a rozwój tej formy organizacji zapewnić nam może suwerenność i bezpieczeństwo żywnościowe. Dodatkowo w obszernej piwnicy kamienicy ma powstać *Newswek Bar*, czyli kuchnia i restauracja produkujące jedzenie wekowane, w słoikach na bazie spółdzielczych i lokalnych produktów. Towarzyszyć będzie temu muzeum słoików, czyli olbrzymia kolekcja naczyń służących przechowywaniu żywności pochodzących z różnych stron świata i różnych epok. Będzie to też miejsce kulturotwórcze, gdzie poprzez różne wydarzenia promowane będą wartości związane z tradycjami spółdzielczymi i żywnością. To zresztą już się dzieje – między innymi odbyły się tam dwa wydarzenia związane z naszym projektem poświęcone hybrydyzacji targowisk oraz warszawskiej polityce żywnościowej, a pod koniec lipca 2024 r. miał tam miejsce pokaz filmu *Ziarno świadomości*, poświęconego rolnictwu ekologicznemu, regeneratywnemu i permakulturze.

Biorąc pod uwagę doskonałą lokalizację oraz brak targowisk, a nawet warzywniaków, w najbliższej okolicy, pomysł wydaje się doskonałym przedsięwzięciem. Jest tak tym bardziej, że wprowadza on do świadomości publicznej bardzo ważny temat spółdzielni chłopskich, którym coraz trudniej utrzymać się na rynku ze względu na dużą konkurencję i słabą widoczność marketingową. Targowisko razem ze sklepem i barem na ul. Kopernika ma być zatem narzędziem budowania wizerunku i zmiany postrzegania spółdzielni jako takich. Ma również tworzyć okazje, żeby zderzyć oczekiwania i potrzeby miejskiej klienteli ze spółdzielcami, w wyniku czego będą mogli dostosowywać produkcję do współczesnych potrzeb.



WOLUMEN

Wolumen to jedno z bardziej charakterystycznych targowisk w Warszawie. Położony jest na warszawskich Bielanach, tuż przy stacji metra Warzyszew, co zapewnia mu świetną komunikację z resztą miasta. Powstał w latach 60. minionego wieku i zajmuje plac o powierzchni około 5000 m². Wyróżnia go przede wszystkim niedzielna giełda elektroniczna oraz targ warzywno-owocowy, na którym duża liczba podwarszawskich rolników sprzedaje bezpośrednio swoje produkty. Wolumen słynie też z tego, że można na nim kupić najtańsze produkty w stolicy.



W sezonie Warszawiacy, którzy robią samodzielnie przetwory przyjeżdżają z całego miasta, żeby kupować całe kartony najtańszych pomidorów, śliwek czy ogórków.

Plac targowy dzierżawiony jest od miasta przez dwa podmioty: Stowarzyszenie Kupców Żoliborskich Wolumen oraz Warszawskie Stowarzyszenie Kupców i Producentów Rolnych Wolumen. Ta pierwsza organizacja, którą reprezentuje Krystyna Wilk, zrzesza kupców i właścicieli pawilonów handlowych ulokowanych po obrysie placu targowego. Drugie stowarzyszenie, reprezentowane przez Dariusza Cuprjaka, zrzesza rolników i kupców handlujących z mobilnych straganów lub z samochodów. Te dwie organizacje pozarządowe wspólnie dzierżawią plac targowy od miasta. Warto zwrócić uwagę na to, że stowarzyszenie to organizacja demokratyczna, w której głos decydujący ma większość osób członkowskich głosujących podczas walnych zgromadzeń. Wolumen jest zatem, zgodnie ze swoją strukturą, demokratycznie zarządzaną organizacją społeczną.

Infrastruktura na placu została gruntownie wyremontowana i rozbudowana (pawilony, nawierzchnia, stałe stoiska etc.) ze środków własnych stowarzyszeń – tj. kredytu i zrzutki przeprowadzonej pośród członkowskich. Kolejną planowaną inwestycją jest zadaszenie targowiska, oświetlenie oraz zamontowanie paneli słonecznych. Zwiększy to komfort handlujących i klientów oraz wydłuży czas funkcjonowania targu. Biorąc pod uwagę, że targowisko działa na pełnych obrotach tylko we wtorki, piątki i niedziele, nadal istnieje spory potencjał dodatkowego wykorzystania przestrzeni. Dariusz Cuprjak chciałby, aby raz w tygodniu funkcjonował tu targ rolników ekologicznych, regionalnych i rzemieślniczych. Pozwoliłoby to dotrzeć do bardziej różnorodnej klienteli i wsparłoby finansowo targowisko, którego koszty prowadzenia są bardzo wysokie (czynsz, media, śmieci, sprzętanie). Z tego powodu zarządcy myślą o tym, jak zwiększyć wykorzystanie placu i zarazem wpływy do wspólnej kasy.

Oprócz produktów spożywczych jest tu kilka punktów usługowych (poprawki krawieckie, fryzjer, zakład kosmetyczny, stolarz), a także dwie piekarnie i kilka sklepów z elektroniką i materiałami budowlanymi. Tuż obok znajduje się kompleks placówek edukacyjnych. Najbliższej położone jest przedszkole Czas Dzieciństwa, które od 30 lat zaopatruje się na Wolumenie w produkty spożywcze, głównie warzywa i owoce. Stanowią one podstawę przedszkolnej kuchni, którą dzieci uwielbiają. Dyrektorka przedszkola Anna Florek mówi, że metody wychowawcze są dla placówki bardzo ważne, ale tym, co dzieci zapamiętują z tego przedszkola, to przede wszystkim dobre jedzenie. Jest to bardzo ciekawy przykład wielofunkcyjności targowiska i pozytywnego oddziaływania na całą okolicę. Pokazuje to również, że łączenie funkcji targowych z innymi instytucjami, w tym przypadku z placówkami oświaty, może przynosić bardzo pozytywne efekty.

Wolumen to miejsce, które szczególnie doceniają osoby starsze. Jest tak ze względu na siłę przyzwyczajenia, jakość produktów i przede wszystkim ich cenę. Warto pamiętać o tym, aby, modernizując targowiska, nie stracić tej grupy klientów poprzez zmianę charakteru i – co za tym często idzie – cen. Z drugiej strony targowiska powinny przyciągać również młodych klientów. Wydaje się, że bez młodego pokolenia klientów i sprzedawców ten proces się nie uda. Pojawia się pytanie o to, co można zrobić w tym kierunku. Z naszych ekspertyz wynika, że po pierwsze należy wspierać i inkubować młode pokolenie rolników i rolniczek, a po drugie hybrydować targowiska, o czym piszemy w ostatnim rozdziale raportu.





BioBAZAR

BioBazar w Fabryce Norblina powstał w 2010 r. jako pierwszy ekologiczny targ w Polsce. Założony został przez pasjonatki biznesu i ekologicznej żywności Kingę Nowakowską i Agnieszkę Saternus, które osobiście wyszukiwały ekologicznych rolników, łącząc ich z miejskimi klientami skłonnyimi zapłacić wyższe ceny za żywność, której produkcja wymaga większych nakładów. To w dużej mierze dzięki BioBazarowi rolnicy ekologiczni w Polsce zaczęli zarabiać pieniądze na swoje rodziny.

W swych początkach BioBazar funkcjonował w starych murach byłej Fabryki Norblina przy ul. Żelaznej. Gdy w 2017 r. rozpoczęły się prace rewitalizacyjne obiektu, targ przeniósł swą siedzibę na Mokotów po to, by

we wrześniu 2021 r. wrócić do miejsca, w którym się narodził – do odnowionej, nowoczesnie wyposażonej hali targowej. Rewitalizacja Fabryki Norblina, w tym BioBazaru – z zachowaniem funkcji sprzed remontu i dodaniem nowoczesnych elementów, jak magazyny-chłodnie, obszerny parking, w tym parking dla rowerów – może być uznana za przykład udanej rewitalizacji, choć wiele osób powtarza, że dawny BioBazar mieszczący się w dużej, prawie rozpadającej się hali przemysłowej, miał bardziej „prawdziwy charakter bazaru”. Mimo to wielu klientów, doceniając unikatowy charakter żywności sprzedawanej na BioBazarze, od ponad 10 lat kontynuuje zakupy od znanych sobie ekologicznych rolników.

Obecnie BioBazar składa się z około 60 wystawców – większość z certyfikatem EKO.

Warta przytoczenia jest historia jednego z gospodarstw, „Hruby”, które zajmuje się wypiekiem chleba i produkcją serów. Gospodarstwo Ewy i Petera Stratenwerthów znajduje się w województwie mazowieckim, 90 km od Warszawy, we wsi o nazwie Grzybów. Peter jest Szwajcarem, który w 1989 roku przeprowadził się do Polski i kupił gospodarstwo. Od początku prowadził je metodami ekologicznymi. Jeszcze w Szwajcarii ukończył szkołę rolnictwa biodynamicznego. Ewa natomiast urodziła i wychowała się w Warszawie, a z wykształcenia jest biologiem-antropologiem. W 1992 r. przeprowadziła się na wieś. Gospodarstwo Ewy i Petera posiada certyfikat gospodarstwa ekologicznego od 1991 roku – od początku jednostką certyfikującą jest Agrobiotest. W sumie gospodarują oni na 28 hektarach. Ponad połowę tej powierzchni zajmują łąki i pastwiska, które stanowią podstawę pożywienia dla hodowanych na mleko krów i kóz znajdujących się na gospodarstwie. Na pozostałym obszarze uprawiane są zboża, rośliny motylkowe, dynie i buraki pastewne oraz gryka.

Ewa i Peter prowadzą dwie przetwórnice: serownię, w której produkują dojrzewający ser żółty, oraz piekarnię. W sumie co tydzień produkują ok. 20 kg sera. W piekarni natomiast tygodniowo wypiekanych jest ok.

1000 bochenków Chleba Hrubego. Na terenie gospodarstwa znajduje się również młyn, w którym mielone są ziarna na mąkę wykorzystywaną do wypieku chleba oraz piec chlebowy opalany drewnem.

Produkty powstałe na gospodarstwie (głównie chleby i sery) sprzedawane są w kilkudziesięciu sklepach z żywnością ekologiczną w Warszawie i Płocku. Peter Stratenwerth sprzedaje swoje produkty na warszawskim BioBazarze od początku jego istnienia. Tutaj ma okazję spotkać i porozmawiać ze stałymi klientami, co bardzo sobie ceni.

W sumie Chleb Hruby i sery z Grzybowa co tydzień kupuje ok. 500 indywidualnych klientów.

Niestety wielu rolników ekologicznych, często podobnych pasjonatów, jak Ewa i Peter Stratenwerth, nie ma komu przekazać swojego gospodarstwa. BioBazar pracuje z SGGW nad programem skupiającym się na tym, by namówić młodych rolników, żeby przejmowali gospodarstwa od tych, których dzieci nie chcą zajmować się gospodarstwem rodziców, co jest nagminnym zjawiskiem.

Oprócz rolników i ich produktów spożywczych na BioBazarze można też znaleźć ekologiczne produkty do pielęgnacji ciała, a także ekologiczną drogerię zero waste, w której środki czystości i higieny osobistej sprzedawane są na wagę, co redukuje używanie jednorazowych opakowań plastikowych.

BioBazar może być przykładem targowiska już zhybrydyzowanego. Łączy cechy miejsca, w którym można robić codzienne zakupy, z przemysłowym doborem wystawców i targiem rolnym odbywającym się w soboty. W dni targowe można nie tylko kupić towary, ale też zjeść dania, które wystawcy przygotowują ze swoich produktów. BioBazar ma dużą bazę klientów, która lubi przychodzić na bazar, by spotkać się ze znanymi od lat wystawcami. Jest też obecny w mediach społecznościowych, gdzie tworzy swoistą wirtualną społeczność z klientami i wystawcami. Klienci mogą też składać zamówienia przez internet i odbierać je na miej-

scu, unikając typowych dla bazarów kolejek do poszczególnych stoisk. Niektórzy wystawcy prowadzą sprzedaż z dostawą do domu. Fabryka Norblina, w której znajduje się BioBazar, jest też swoistym muzeum – można zwiedzać z przewodnikiem to, co zostało zachowane z dawnej fabryki wyrobów z metali nieżelaznych i wyrobów platerowanych. Organizowane tu są wystawy, koncerty, a także pokazy kinowe. Bazar stanowi więc jeden z elementów szerszej oferty dla mieszkańców i turystów.

Warto też wspomnieć o ciekawym modelu biznesowym BioBazaru – wystawcy dzierżawią miejsca na stoiska, ale część opłat uzależniona jest od obrotu. To sprawia, że BioBazar jako firma jest na równi z wystawcami zainteresowany rozwojem tego miejsca.

BAZAR MIROWSKI

Hale Mirowskie, dziś zwane Halą Mirowską i Halą Gwardii, zostały wybudowane w latach 1899–1902 w miejscu części rozebranych Koszar Mirowskich. Były pierwszym nowoczesnym kompleksem hal targowych wzniesionym w Warszawie, mającym na celu lepszą organizację handlu i podniesienie warunków higienicznych sprzedaży dzięki przeniesieniu jej z otwartej przestrzeni do zamkniętych pomieszczeń. Właścicielem hal było miasto, które wydzierżawiało stragany i sklepy indywidualnym przedsiębiorcom. W halach sprzedawano produkty spożywcze oraz przedmioty związane z gospodarstwem domowym, rozmieszczając stragany według rodzajów sprzedawanych produktów. Obok hal znajdowały się także dwa inne bazary, w tym słynny Gościnny Dwór. Handlowano również na sąsiadujących ulicach. Cały ten obszar był czasem nazywany „brzuchem Warszawy”.

W czasie II wojny światowej hale uległy znacznemu zniszczeniu, ale podjęto decyzję o ich odbudowie.

Po jej odbudowie hala zachodnia (Hala Mirowska) ponownie zaczęła pełnić funkcje handlowe od listopada 1962 r. Od 1974 r. użytkownikiem hali i sąsiadującej części targowiska jest WSS „Społem” Śródmieście, która przejęła w 1997 r. zakupiony budynek wraz z przyległym terenem przekazany jej w wieczyste użytkowanie.

Druga część targowiska wraz z halą wschodnią (Halą Gwardii) należy do miasta i przechodziła różne koleje losu. Przeznaczano ją na zajezdnię autobusową, na halę Klubu Sportowego „Gwardia”, a także nadawano jej funkcje handlowe: była siedzibą MarcPolu, a później targu z żywnością lokalną i ekologiczną oraz z lokalami gastronomicznymi. Obok niej znajduje się targowisko z pawilonami i stoiskami handlowymi.



W 2023 roku Hala Gwardii została zamknięta do remontu ze względu na zły stan techniczny. To praktycznie pozbawiło bazar miejsc, w których można coś zjeść lub posiedzieć z przyjaciółmi oraz zlikwidowało w tym miejscu targ z żywnością ekologiczną.

Obecnie Bazar Mirowski wraz z Halą Mirowską jest największym stałym, otwartym 6 dni w tygodniu, targowiskiem w Warszawie. Oferuje świeże warzywa i owoce, jaja i nabiał, drób, mięso, wędliny, ryby, miody, przetwory spożywcze i wyroby garmażeryjne, kurczaki z różną, produkty kuchni egzotycznych, artykuły gospodarstwa domowego, artykuły dla zwierząt, odzież, usługi krawieckie, szewskie, kaletnicze, naprawę rowerów, wypożyczalnię narzędzi, usługi fryzjerskie i wiele innych dóbr i usług. Jest to miejsce, gdzie spotyka się cały przekrój społeczeństwa – od tych najuboższych, którzy wyprzedają swoje rzeczy, żeby się utrzymać, po tych, którzy przyjeżdżają tu kupić to, czego gdzie indziej kupić nie można.

Przyszłość Bazaru Mirowskiego jest w pewnym sensie niewiadomą. Od początku oprotestowanych przez mieszkańców i aktywistów rozmów na temat remontu Hali Gwardii pojawiają się wątpliwości. Obawy dotyczą tego, czy zmiana nie pójdzie w takim kierunku, jak remont Hali Koszyki, która z targowiska stała się przede wszystkim miejscem spotkań towarzyskich, z niewielką funkcją handlową, zupełnie pozbawioną charakteru bazaru. Rozmowy z firmą CBR Events, która wygrała przetarg na remont i 30-letnie użytkowanie hali na zasadach partnerstwa prywatno–publicznego, obejmowały początkowo również szeroki teren wokół hali, co może zagrozić bazarowi. Ostateczny projekt zmian nie jest na razie znany opinii publicznej.

Przy wielu wątpliwościach dotyczących remontu trzeba przyznać, że nie można nazwać Bazaru Mirowskiego ani nowoczesnym, ani hybrydowym. Pomimo swego nie zawsze zadbanego wyglądu i braku odpowiedniej infrastruktury, jest kochany przez mieszkańców Warszawy – mieszkańców w różnym wieku i kondycji ekonomicznej. Nie oferuje

jednak żadnych dodatkowych możliwości oprócz tradycyjnego zakupu pożądaných produktów – i to wymagając często stania w sporych kolejkach ustawiających się do tych bardziej popularnych stoisk.

OLIMPIA

Ostatnim przykładem bazaru, który chcemy przytoczyć, jest Olimpia. Jest to, obok Bazaru Mirowskiego i Wolumenu, chyba najbardziej znany bazar w Warszawie, ale taki, na który nie każdy chciałby się wybrać – swoisty fenomen. W czasie epidemii COVID-19, gdy sklepy były pozamykane, Olimpia działała, a mieszkańcy na forach internetowych co tydzień pytali się nawzajem: „czy dziś Olimpia działa?”.

Olimpia nie ma ambicji bycia bazarem: jest klubem sportowym, który działa na prywatnym terenie, a raz w tygodniu, w niedziele od 6:00 rano do 13:00, wynajmuje miejsca sprzedawcom, aby pozyskać środki na działalność klubu. Teren jest zaniedbany, w deszczowe dni w alejkach jest błoto, ale atmosfera możliwości zdobycia taniego, atrakcyjnego towaru dominuje nad niedogodnościami. Tłum przeciska się w ciasnych alejkach, obowiązuje mało reguł, zaś sprzedawcy – wystawiający się od lat w tych samych miejscach – znają się, wspierają, a czasem „czubią”. Klienci „polują” na okazje, ale mają też swoje ulubione miejsca, w których regularnie się zaopatrują, np. w pierogi, ryby z Litwy, miody. Na Olimpii można zjeść kiełbasę z rusztu, grochówkę z kotła i zapiekanki – „jak za dawnych czasów”.

Znajdziemy tu stragany z warzywami i owocami, pieczywem, nabiałem, mięsem, rybami, odzieżą, butami, pościelą; znajdziemy garnki, małe AGD, meble; jest tu pchli targ ze skarbami i śmieciami wszelakiego autoramentu, a nawet możliwość zagrania w trzy karty, grę z klasycznymi chwytami na naiwnych.

Sprawdziliśmy, na czym polega cenowy fenomen Olimpii. Najtańsze towary pochodzą z utylizacji: nie sprzedały się gdzie indziej, a handlowcy je odkupili, bo nadają się do spożycia, czyli nie trują, choć np. szynka czy produkty garmazeryjne za 1 zł mają datę przydatności do spożycia sprzed 2 tygodni, a musztarda za 2 zł jest 2 miesiące po tym terminie. Niektóre towary pochodzą z obrotu bezpieniężnego: dłużnik zamiast oddać pieniądze, daje towar, który wierzyciel musi sprzedać, żeby odzyskać choć część długu. Procedura trochę jak u komornika, ale bez kosztów i przewlekłości spraw komorniczych. Ponadto, ze względu na duży ruch na Olimpii (a ten jest skutkiem niskich cen), sprzedawcy mogą kupować w dużych ilościach (np. paleta truskawek, a nie skrzynka) i dostają za to rabaty. Poza tym nakładają niską marżę – trochę jak w dyskontach. Na koniec dnia, niesprzedany towar zostaje na terenie targowiska, można go „upolować” za darmo. Dobre ceny mają również lokalni producenci. Przykładowo firma z Grójca sprzedając swoje produkty bezpośrednio na Olimpii, a jednocześnie zaopatrując stoiska na bazarku przy Hali Mirowskiej (i zapewne w innych miejscach), ma ceny o 40% niższe niż te na Hali Mirowskiej (dokładnie takie same soki kosztują 14 zł na Olimpii i 25 zł na Hali Mirowskiej).





Hybrydowe targowiska: miejskość na miarę 2024 roku

Od czasu pandemii COVID-19 pojęcie hybrydowości weszło na stałe do słownika. Jest jednym z pojęć, które pokazują wzajemne przenikanie się światów – materialnego i cyfrowego – w których nieraz jesteśmy obecni równolegle, prowadząc jednocześnie rozmowy na żywo i online czy korzystając z aplikacji w różnych mniej lub bardziej formalnych sytuacjach. Hybrydowe jest pokazanie biletu online, zeskanowanie kodu QR na wydrukowanej kartce czy otwieranie skrzynki automatu poczkowego przez aplikację. Po pandemii wybuch pełnoskalowej wojny w Ukrainie również sprawił, że „hybrydowość” nabrała znaczenia wojennego i mrocznego wymiaru, jaki mogą mieć zmasowane działania dezinformacyjne czy prowadzona w mediach społecznościowych wojna psychologiczna. Technologia cyfrowa jest wszechobecna, ale przestała być przejrzysta i niewinna. Może wspierać budowanie siły społeczności, ale tylko jeśli jest narzędziem, którego używamy w sposób świadomy i zgodny z naszymi intencjami. Jest dobra, kiedy służy nam, a nie my jej. Jednocześnie pojęcie „hybrydowości” dobrze oddaje kierunek myślenia, który przybliży nas do budowania opisanej w rozdziale 2 miejskiej odporności. Polega ona na łączeniu funkcji: dbaniu o dobre wykorzystanie zasobów i wskazywaniu na złożoność życia społecznego oraz łączeniu tradycji z nowoczesnością. Tak właśnie widzimy wprowadzanie

cyfrowych rozwiązań na targowiska i wykorzystywanie technologii do tego, żeby zwiększać wygodę zakupów, szybciej docierać z informacjami czy uczyć się od siebie nawzajem.

Ideę hybrydowych targowisk w kampanii wyborczej w 2023 roku wprowadził do debaty publicznej lider Agrounii Michał Kołodziejczak, który pełni funkcję wiceministra w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi z ramienia Koalicji Obywatelskiej. Hybrydowe targowiska miały ułatwić zakupy na bazarkach, dając możliwość zrobienia zakupów online i odebrania ich w formie gotowej paczki. Kołodziejczak widział tę usługę w podobnej formie, w jakiej działają restauracje *drive-thru*.

Wśród 100 konkretów – postulatów wyborczych Koalicji Obywatelskiej – znalazł się również postulat dotyczący modernizacji targowisk³⁹.

Jako zespół CoopTech zaczęliśmy przyglądać się uważnie tej kwestii, widząc w politycznym zainteresowaniu tematem targowisk szansę na to, żeby wesprzeć zrównoważony rozwój miast i połączyć pozornie sprzeczne wizje: wygodny odbiór zakupów autem z ideą miasta 15-minutowego i zrównoważonej urbanistyki. Widzimy tu także pole do budowania siły społeczności w oparciu o konkretną fizyczną przestrzeń w połączeniu z ideą spółdzielczości cyfrowej i zakupów online.

To, co łączy te podejścia, to przekonanie, że targowiska mogą pełnić funkcję lokalnych centrów, które – jak pisaliśmy wyżej – tworzą przestrzeń międzyrodowiskowych i międzypokoleniowych spotkań oraz są miejskimi interfejsami łączącymi wieś i miasto.



39 Postulat brzmi „Uruchomimy program budowy nowoczesnych targowisk w każdym mieście”. Źródło: Koalicja Obywatelska, 100 konkretów na pierwsze 100 dni rządów!, <https://100konkretow.pl/rolnictwo/>.

TARGOWISKO TO NIE TYLKO ZAKUPY

Warto rozwinąć opowieść, którą zapowiadaliśmy w poprzednich rozdziałach: o różnych aspektach i funkcjach, które pełnią targowiska. Często są to funkcje tylko pośrednio związane z handlem bądź nawet zupełnie z nim niezwiązane. Atmosfera na targowisku jest bowiem kluczowym aspektem dla ich hybrydyzacji i tym samym dla tworzenia na nich centrów lokalnych. Jak dowiadujecie się z poprzedniego rozdziału, w trakcie trwania projektu *Hybrydowe targowiska* spotkaliśmy się z placami targowymi, które są przestrzeniami tworzenia nowych wizji przyszłości, inkubatorami przedsiębiorczości, a nawet – galeriami sztuki! Warto więc zastanowić się nad modelem wprowadzania dodatkowych funkcji na placach targowych.

Podstawową kwestią jest różnorodność stref i funkcji dostępnych na placu targowym. To różnorodność będzie sprawiać, że te przestrzenie staną się bardziej atrakcyjne dla lokalnych społeczności. Przykłady, o których piszemy w rozdziale 3, odnoszą się między innymi do strefy gastronomicznej, rzemiosła, przestrzeni zielonych oraz edukacji i inkubacji przedsiębiorczości. Oczywiście wybór tych stref i funkcji powinien być dostosowany pod lokalną specyfikę na każdym targowisku. Dodatkowymi funkcjami na targowisku mogą stać się: usługi fryzjerskie, elastyczna przestrzeń magazynowa i warsztatowa, wypożyczalnia wózków zakupowych, stolarz, pralnia, punkty naprawcze, wypożyczalnia narzędzi, punkty gastronomiczne oraz instytucje i usługi społeczne, takie jak żłobek, przedszkole, dzienny opiekun czy punkt wsparcia seniorów i senierek. W kontekście dostosowywania przestrzeni targowiska do tych nowych funkcji nie powinno zabraknąć wygodnego parkingu, miejsc do odpoczynku, toalet publicznych, stojaków dla rowerów czy zaplecza dla osób sprzedających (kuchnia, szatnia, toaleta).

Ważnym czynnikiem animującym bazarki są miejsca, w których można napić się kawy czy zjeść posiłek. Niestety niewiele bazarków może pochwalić się takimi możliwościami. Nie wynika to często z wielkości

bazarku, ale raczej z różnego postrzegania takich potrzeb przez osoby zarządzające. Na przykład warszawski Bazar Różyckiego ma słynne od dziesięcioleci pyzy; BioBazar ma kawiarnię i dania przygotowywane przez wystawców; bazarek przy ul. Bytnara słynie w okolicy z małych, egzotycznych knajpek; na osiedlowym bazarku przy ul. Mołdawskiej są pizzeria i lodziarnia; na Bakalarskiej są restauracje z egzotycznym azjatyckim jedzeniem; kawiarnia jest dostępna także przy oferującym delikatesowe produkty bazarze na Olkuskiej; Olimpia ma zaś kuchnię polową. Jednakże takie miejsca nie występują, niestety, na bazarkach często. W procesie wprowadzania dodatkowych funkcji animujących na targowiska warto więc zastanowić się nad lokalną specyfiką oraz klientelą. Z naszych obserwacji wynika, że wystarczą małe punkty zaczepienia odwołujące się do lokalnej tożsamości, aby targowiska stały się katalizatorami budowania wspólnoty.

Ponadto duży potencjał widzimy w prowadzeniu edukacji ekologicznej czy rzemieślniczej i stworzeniu inkubatora przedsiębiorczości na targowisku. Widzimy to na przykładzie Bazaru Krótka Droga, Ryneczku po Sąsiedzku, czy rynku hurtowego Bronisze. Te przykłady pokazują, że przestrzeń placu targowego może stać się platformą dla projektów edukacyjnych, mających na celu zaopatrzenie zarówno strony konsumentckiej, jak i producenckiej w nowe narzędzia i kompetencje. Zarządcy i zarządczynie targowisk często już posiadają wiedzę i doświadczenie z zakresu przedsiębiorczości, szczególnie, że wiele z tych osób posiadało uprzednio własny biznes na targowisku. Doradztwo z zakresu otwierania własnego stoiska czy własnego rzemiosła mogłoby być dla targowiska podstawą zdobywania dodatkowych funduszy na lokalne innowacje. Jednocześnie integrowałoby lokalnych przedsiębiorców z placem targowym. W kwestii edukacji bazar i – jak pokażemy w dalszej części tego rozdziału – jego odsłona cyfrowa są dobrym miejscem dla przekazywania informacji o krótkich łańcuchach dostaw i o miejskim ekosystemie żywnościowym.

Jak piszemy w rozdziałach 2 oraz 3, posługując się przykładem Wolumenu, targowiska były i powinny znów stać się miejscem spotkań

międzypokoleniowych. Może temu służyć włączenie okolicznych szkół i przedszkoli we wspólne „miejskie doświadczenia” na targowisku czy otwieranie wokół placów targowych punktów wsparcia seniorów i senierek. Stworzenie takich warunków do rozwoju relacji międzypokoleniowych skonsolidowałoby również potencjał wytwarzania energii społecznej na targowisku.



Kolejnym aspektem jest utworzenie strefy wypoczynkowej na placu targowym, szczególnie pod kątem osób starszych oraz osób z niepełnosprawnościami. W tym kontekście na targowiskach przydadzą się małe „zielone ingerencje” – choćby pojedyncze drzewa dające cień czy niewielkie powierzchnie łąki kwietnej otaczającej plac. Obok dodania walorów odpoczynkowych oraz środowiskowych umożliwi to stworzenie atmosfery do dłuższej wizyty na targowisku, która będzie konsolidować wizerunek targowiska jako centrum życia lokalnego.

Jak pisaliśmy w rozdziale 2, nie powinniśmy zgadzać się na rozdzielenie grubą kreską egalitarnych targowisk tradycyjnych o nieco chaotycznej estetyce od elitarnych bazarów ekologicznych. Czas zacząć uspójniać estetykę bazarową tak, aby targowiska, niezależnie od ceny produktów, które można na nich kupić, były przestrzeniami wygodnymi i przyjemnymi. Wszystkie targowiska zasługują na prostą, ale spójną estetykę i odpowiednią infrastrukturę – na przykład zadaszenie. Miasta powinny priorytetyzować wprowadzanie zmian na targowiskach i projektowanie nowych przestrzeni w oparciu o profesjonalne projekty, w których przygotowanie włączona jest zarówno strona producencka, jak i konsumencka.

PLZ JAKO APLIKACJA DLA TARGOWISK – WYGODNE ZAKUPY, SILNE RELACJE

Eksploracja możliwości rozwoju cyfrowej odsłony na targowiskach jest dla nas ciekawa z wielu powodów. Po pierwsze, jako CoopTech Hub staramy się oferować alternatywne sposoby myślenia o technologii na bazie modelu spółdzielczego – tak abyśmy to my, jako użytkownicy i użytkowniczki, czuli, że technologia służy nam, a nie odwrotnie. Więcej o naszej filozofii cyfrowej można dowiedzieć się z publikacji dostępnych na naszej stronie hub.coop, takich jak: *#CoopTech: Platformowy kooperatyzm jako silnik solidarnego rozwoju*⁴⁰ czy *Spółdzielczy Plan*

40 CoopTech Hub, *#CoopTech: Platformowy kooperatyzm jako silnik solidarnego rozwoju*, 2019, <https://www.hub.coop/publikacja/%f0%9f%93%b1%f0%9f%93%84-cooptech-platformowy-kooperatyzm-jako-silnik-solidarnego-rozwoju/>.

Odbudowy⁴¹. Po drugie, w cyfrowej odsłonie targowisk widzimy szansę na rozwiązanie pewnych wyzwań i pokonanie zagrożeń występujących w tych przestrzeniach. Do zagrożeń tych należą między innymi wspomniana wcześniej luka pokoleniowa po stronie producenckiej (a w mniejszym stopniu również i konsumenckiej) oraz niewystarczający dialog miasta z targowiskami skutkujący marnowaniem potencjału tych miastotwórczych przestrzeni.

Stworzenie platformy cyfrowej, która będzie ten potencjał konsolidować również w sieci, uważamy więc za kluczowe. Serce targowiska jest analogowe, ale jesteśmy zdania, że pomogłoby mu technologiczne wsparcie. Wzbogacenie targowisk o warstwę cyfrową – w której klienci mogliby łatwiej połączyć się z producentami, a osoby zarządzające usprawniać funkcjonowanie tych miejsc – jest ważną inicjatywą. Zwłaszcza, jeśli byłoby to narzędzie, które rozwijałoby się od początku w ścisłej współpracy z targowiskową społecznością. Pracujemy więc nad tym, aby taką platformą stała się nasza spółdzielcza aplikacja PLZ.

Pomysły na funkcje odsłony cyfrowej targowisk, które udało nam się wypracować na podstawie rozmów z targowiskowymi społecznościami podczas tego projektu, jak również przez lata rozwijania naszej aplikacji, wyszczególniliśmy poniżej.

- Zakupy/rezerwacje produktów online i szybki odbiór z targowiskowego automatu paczkowego. Jest to rozwiązanie, które już teraz testowane jest na warszawskim Wolumenie. Byłoby to rozwiązaniem dla klientów, którzy chcieliby przyjść odebrać zamówione produkty po godzinach swojej pracy. Jest to szczególnie przydatne, jako że godziny targowe często uniemożliwiają osobom pracującym zakupy na targowiskach.
- System, który ułatwi bezpośredni handel między rolnikami a kupcami, szczególnie organizujący zakupy grupowe, które mogą być podstawą dla rozwoju rolnictwa wspieranego społecznie na targowiskach.

⁴¹ CoopTech Hub, *Spółdzielczy Plan Odbudowy*, 2021, <https://www.hub.coop/publikacja/spoldzielczy-plan-odbudowy/>.

- Karty i programy lojalnościowe umożliwiające wprowadzenie zniżek dla stałych klientów i stanowiące zachętę dla konsumentów.
- Zbieranie danych na temat targowiska, które pozwoliłoby sprzedawcom rozszerzyć ofertę. Umożliwiłoby to również przekazywanie kluczowych informacji o ofercie, np. o dostępnym asortymencie, rodzajach wystawiających się gospodarstw czy metodach produkcji żywności.
- Edukacja targowiskowa prowadzona przez wydawanie gazetki czy innych materiałów edukacyjnych online. W chwili obecnej robi to rynek hurtowy Bronisze, który wydaje swoją gazetkę edukacyjną. Przekazywane są tam informacje o wartościach odżywczych i przepisy na bazie produktów sezonowych z Bronisz.
- Forum dyskusyjne, na którym klienci mogliby się wymieniać informacjami.

Podczas dyskusji zorganizowanych w ramach projektu *Hybrydowe targowiska* udało nam się nawiązać wstępną współpracę z kilkoma targowiskami chętnymi do prototypowania powyższych funkcji w swojej przestrzeni i społeczności. Zarówno wyżej wymienione funkcje, jak i inne, które będą efektem naszych pionierskich współprac z targowiskami, będziemy rozwijać w aplikacji PLZ. Wizją, która przyświeca tej aplikacji, jest tworzenie przestrzeni cyfrowej opartej na minimalizmie danych, bezpieczeństwie i zaufaniu, które mają usprawniać zarządzanie lokalnymi społecznościami. PLZ to wielofunkcyjne narzędzie skierowane do spółdzielni, stowarzyszeń, związków zawodowych i organizacji pozarządowych. Dzięki PLZ budujemy nową lokalność w oparciu o wspólne wartości, takie jak: współpraca, zrównoważony rozwój, przejrzystość i solidarność.

Należy podkreślić, że PLZ jest odpowiedzią na model Big Tech, którym charakteryzują się duże platformy, media społecznościowe i aplikacje. Jako użytkownicy i użytkowniczki mediów społecznościowych i aplikacji zdajemy sobie już sprawę z tego, że nasza uwaga i nasz czas są przez

nie pochłaniane zbyt agresywnie, ponieważ ich twórcom przyświeca przede wszystkim cel kapitalizacji usług cyfrowych. Model PLZ jest odpowiedzią na ten problem. Pokazuje bowiem, że cyfrowe technologie są narzędziem i nie powinniśmy się przez nie czuć wykorzystywani. Aplikacje i platformy Big Tech często nieuczciwie wykorzystują nasze dane i sprzedają je stronom trzecim. PLZ odcina się od tego modelu i gwarantuje bezpieczeństwo danych. Aplikacja wykorzystuje jedynie dane kontaktowe, które są zbierane w celu potwierdzenia tożsamości i umożliwienia bezpośredniego kontaktu użytkownika z helpdeskiem.

Funkcjonalności aplikacji były rozwijane z myślą o naszej obecnej klienteli, do której należą przede wszystkim związki zawodowe. Nasz cyfrowy produkt rozwija się jednak bardzo dynamicznie i jest modelem elastycznym, który może być dostosowany do potrzeb społeczności, którą cyfryzujemy. Istniejące już w aplikacji funkcjonalności, które są przydatne z perspektywy rozwoju cyfrowej odsłony targowiska, to:

- Płatności zbliżeniowe bez terminala do pobierania opłat targowych, które mogą ułatwić codzienne transakcje.
- Twoja karta, która jest podstawą do stworzenia programu lojalnościowego czy nawet waluty lokalnej.
- Tablica ogłoszeniowa online, która ułatwia komunikację wewnątrz społeczności i sprawia, że wszyscy członkowie i członkinie mogą być na bieżąco.
- Produkty i e-sklep, które już funkcjonują w społeczności Ekopolis, do której można dołączyć za pomocą zeskanowania kodu QR znajdującego się na okładce tego raportu. W społeczności Ekopolis produktami są np. publikacje do pobrania. Jest to jednak tylko namiastka możliwości, które daje ta funkcja. Może ona być wykorzystywana do prowadzenia sprzedaży online, np. warzyw czy owoców, lub rezerwacji i późniejszego odbioru produktów na stoisku.
- Czat grupowy z przejrzystą komunikacją, bez szumu informacyjnego.

- Głosowania i ankiety z opcją głosowania anonimowego. Funkcjonalność ta przede wszystkim wspiera i usprawnia proces wyborów dzięki możliwości wygenerowania oficjalnego raportu z wynikami z Panelu Partnera. Wspiera to możliwość zbierania opinii od klienteli oraz podejmowania wewnętrznych decyzji pomiędzy kupcami.

Aplikacja PLZ została wdrożona z sukcesem przez 1134 społeczności, w tym Fundację Wolne Miejsce, która organizowała jedne z największych w Polsce śniadań wielkanocnych i Wigilii dla samotnych i potrzebujących. W 2020 roku uniemożliwiła jej to pandemia – jej członkowie zdecydowali się więc na organizację mobilnej wersji tego wydarzenia za pośrednictwem aplikacji PLZ. Wolontariusze dołączali do społeczności fundacji poprzez aplikację. Były im tam rozdzielane informacje i zadania. Za pośrednictwem aplikacji utrzymywali między sobą stały kontakt i zbudowali bazę działań online. Ich działania mogły zostać skoordynowane i usprawnione, czego wynikiem były dostawy paczek do kilkunastu tysięcy domów.

Kolejną organizacją, która zaufała naszemu modelowi, jest Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych, któremu pandemia COVID-19 także uświadomiła, że cyfryzacja to już konieczność. Aplikacja PLZ stała się nową tablicą związkową dla około 40 ogólnopolskich związków zawodowych. Obecnie przez swoje społeczności komunikują się, pobierają składki członkowskie, głosują i działają w bezpiecznej przestrzeni cyfrowej, w której dane należą do nich.

Polska Sieć Ekonomii również jest użytkownikiem PLZ. Organizacja ma około 100 członków, którzy są rozproszeni po całym kraju. W tym przypadku bardzo dobrze sprawdzają się dla nich zawiadomienia o zgromadzeniach walnych i zdalne głosowania.

Rozproszenie i dystans fizyczny nie powinny w dzisiejszych czasach być przeszkodą dla dzielenia się wiedzą i doświadczeniami. PLZ może stać się przestrzenią takiej wymiany pomiędzy targowiskami w całej Polsce.

Już obecnie istnieją na PLZ-cie społeczności dedykowane budowaniu wiedzy na dany temat w bezpiecznej przestrzeni. Takim przykładem jest społeczność Tęcza Nowa – PLZ-towa gazeta o tematyce spółdzielczej, do której można dołączyć po zarejestrowaniu się w aplikacji za pomocą kodu TECZA_NOWA. Ta społeczność może być inspiracją dla tworzenia przestrzeni wymiany wiedzy i praktyk pomiędzy osobami zarządzającymi targowiskami w całej Polsce.

Aplikacja jest obecnie testowana przez Spółdzielczą Farmę MOST pod kątem dalszego rozwoju funkcjonalności potrzebnych w sektorze żywnościowym. Spółdzielcza Farma MOST działa od początku tego roku i dzierżawi od miasta 3,6 ha ziemi na Siekierkach. Celem tej inicjatywy jest stworzenie nowego rodzaju przestrzeni publicznej, czyli agriparku – przestrzeni, która łączy funkcję rekreacyjną z miejskimi uprawami żywności. Jednocześnie farma ma docelowo oferować miejsca pracy dla miejskich rolników i rolniczek oraz osób zajmujących się działaniami edukacyjnymi. To przedsięwzięcie nowej generacji, w którym prowadzenie biznesu jest nieodłącznie związane z rolnictwem regeneratywnym. Dlatego też grupa założycieli farmy wybrała model spółdzielczy, który zrzesza zarówno ludzi, jak i organizacje pozarządowe, inne spółdzielnie i firmy.

Społeczność składa się z członków spółdzielni (około 30 osób) oraz szerszego grona sympatyków i gości. PLZ służy MOST-owi do komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej. W tym celu założone zostały dwie społeczności – jedna dla spółdzielców do zarządzania farmą i podejmowania wewnętrznych decyzji, a druga do przekazywania swojej wizji szerszej publiczności (kod do dołączenia w aplikacji: MOST). Członkom spółdzielni aplikacja umożliwia skuteczne głosowanie i zarządzanie projektami. Dla sympatyków i odbiorców PLZ jest platformą informacyjną, na której publikowane są artykuły i promowane są wydarzenia na Moście. Docelowo aplikacja PLZ będzie też wspierać Mostowian i Mostowianki w promowaniu ekologicznych produktów oraz ich sprzedaży. Ponadto obecna w aplikacji funkcja przyznawania punktów za pracę na rzecz

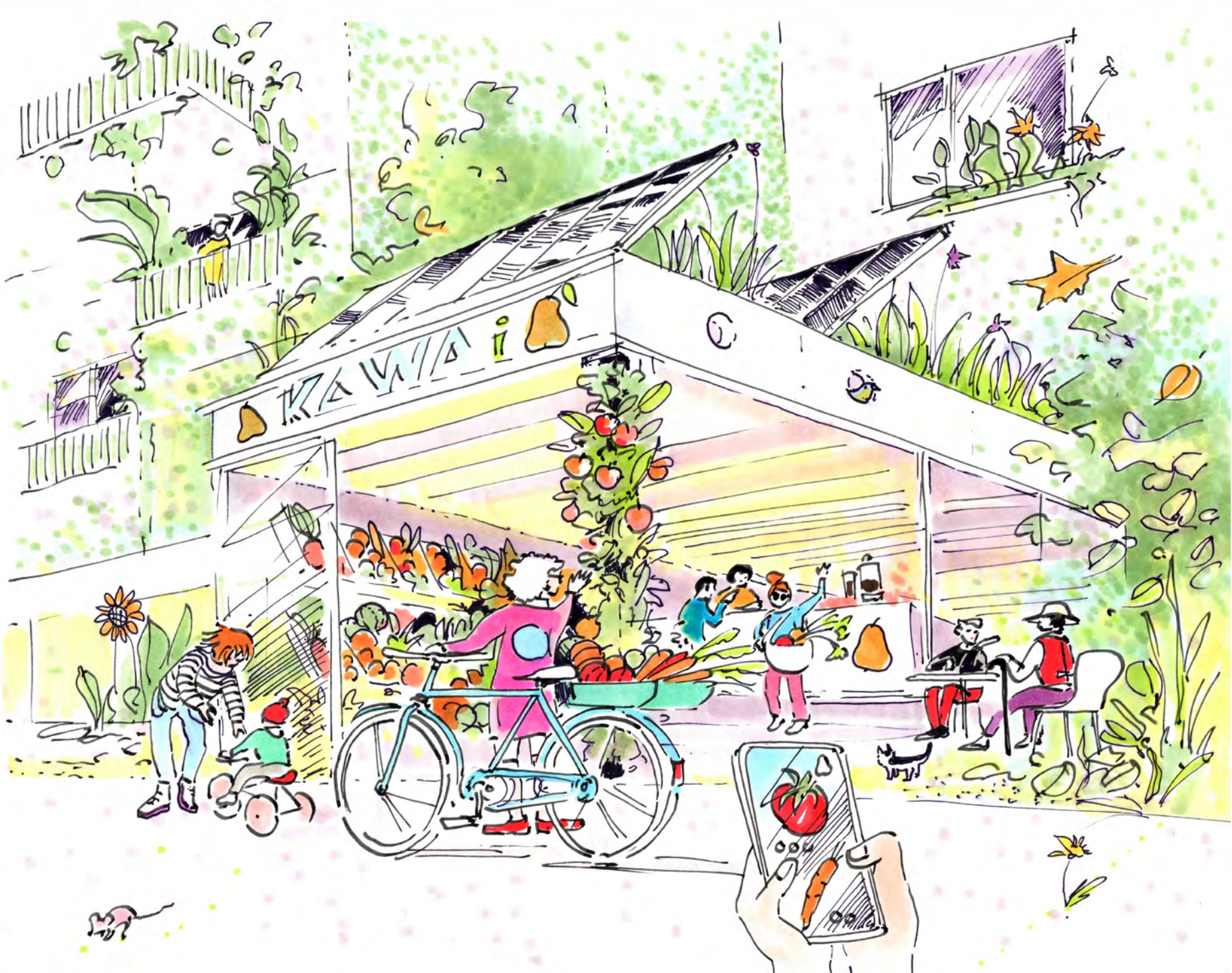
dobra wspólnego będzie przekładać się na sprawiedliwe zarządzanie pracą i wynagrodzeniami.

Powyżej opisane przykłady cyfrowego rozwoju organizacji w aplikacji PLZ to owoce naszych obecnych współprac. W oparciu o współpracę z pionierskimi hybrydowymi targowiskami rozwiniemy również nowe funkcje. W trakcie projektu i dyskusji, które zorganizowaliśmy, usłyszeliśmy już pierwsze informacje zwrotne od osób zarządzających targowiskami. Ich przykładem jest pomysł tworzenia oddzielnych sklepów w PLZ-cie dla każdego wystawcy i wystawczynie z targowiska. W ten sposób sprzedaż bądź rezerwacja produktów byłaby przejrzysta i mogłaby się odbywać tak, jak dzieje się to analogowo, czyli na podstawie wracania do tych samych sprawdzonych producentów i producentek podczas zakupów.

Targowiska są niezwykleymi inkubatorami przedsiębiorczości, ale także innowacji. Każde wprowadza swoje pomysły lokalnie i na własnych zasadach. Przyszłość tych miastotwórczych i kreatywnych przestrzeni widzimy w rozwijaniu zarówno ich warstwy analogowej, jak i cyfrowej.

SPÓŁDZIELNIA JAKO SPOSÓB NA BUDOWANIE BEZPIECZNEJ PRZYSZŁOŚCI TARGOWISK

Wprowadzanie innowacji w pojedynkę nie należy do rzeczy prostych. Jak pokazują targowiskowe opowieści zawarte w tym raporcie, to w działaniu grupowym leży największa siła targowisk. Wspólnota wytworzona na targowisku ma wielki potencjał do wprowadzania pozytywnych zmian i skonsolidowania targowiska jako centrum życia lokalnego. W związku z tym, ponad innowacje z zakresu wielofunkcyjności tych przestrzeni i ich odsłony cyfrowej, przygotowaliśmy model spółdzielczego rozwoju targowiska na rzecz jego bezpiecznej przyszłości. Jest to model, w którym pieczę nad targowiskiem nadal sprawowałyby



te same osoby – zarządcy i zarządczynie reprezentujący stowarzyszenia kupców. Model spółdzielczy pozwala jednak wzmocnić poczucie współodpowiedzialności za przestrzeń i wytworzone w niej wartości, angażując różnorodne grono osób, zarówno po stronie producenckiej, jak i konsumenckiej.

Targowisko jest miejskim dobrem wspólnym, więc mogłoby też skorzystać z modelu wspólnego, demokratycznego zarządzania. Uważamy, że model spółdzielczy wzmocniłby pozycję targowisk i ułatwiłby rozmowy z miastem i innymi podmiotami na rzecz zabezpieczenia targowiskowej przyszłości i innowacji. Wynika to z faktu, że do spółdzielni mogą dołączyć bardzo zróżnicowane podmioty, takie jak organizacje

pozarządowe, firmy, związki zawodowe, indywidualne osoby (kupcy, rolniczki, konsumenci i zarządczyni), a nawet inne spółdzielnie. Jest to zatem łatwa forma nadania formalnej struktury zróżnicowanemu ekosystemowi, jakim jest miejska społeczność i strefa żywicielska miasta.

Model spółdzielczy mógłby być też formą zakorzenienia kapitałowego lokalnej społeczności i tym samym formą zaangażowania stałych klientów i klientek w rozwój targowiska. Będąc osobami członkowskimi spółdzielni targowiskowej, chętniej decydowaliby się oni na zakupy właśnie „u siebie”. To ważny element, ponieważ czasem potrzeba więcej niż tylko powodów zdrowotnych czy etycznych, aby podjąć te bardziej świadome decyzje konsumenckie.

Obserwujemy obecnie początkowy etap rozwoju Spółdzielni Krótka Droga, założonej we wsparciu CoopTech Hub na Ryneczku Jemiołowa we Wrocławiu przez Bazar Krótka Droga. Pełna historia bazaru znajduje się w rozdziale 3, w którym pokazujemy także, jak model spółdzielczy na targowisku może działać w praktyce. Będziemy bacznie obserwować działania i rozwój Spółdzielni Krótka Droga i wyciągać z nich wnioski na potrzeby dostosowania modelu targowiskowej spółdzielni pod kolejne miejsca.

W CoopTech Hub opracowaliśmy ideę spółdzielni rozwojowej, która jest naszym zdaniem odpowiednią bazą właśnie dla spółdzielni targowiskowych. Spółdzielnia rozwojowa to taka, w której członkiem jest także jednostka samorządowa, wspierająca realizację przez spółdzielnię strategicznych zadań dla danego miasta czy gminy. Spółdzielnie rozwojowe prowadzą działania o charakterze publicznym, takie jak modernizacja budynków, rekultywacja terenów poprzemysłowych, podnoszenie kompetencji cyfrowych, dostarczenie energii, naprawa sprzętów, opieka nad osobami starszymi i dziećmi czy produkcja i dystrybucja żywności. Więcej informacji o spółdzielniach rozwojowych znajdziecie w raporcie CoopTech Hub *Pakiet miejskiej odporności*⁴².

42 CoopTech Hub, *Pakiet miejskiej odporności*, 2022, <https://www.hub.coop/publikacja/pakiet-miejskiej-odpornosci/>.



Widzimy dwie spółdzielcze drogi dla targowisk. Droga pierwsza to ta bardziej odgórna, oparta właśnie na modelu spółdzielni rozwojowej. Spółdzielnię na targowisku zakładałaby w tym scenariuszu gmina, a więc wśród założycieli znalazłyby się osoby prawne, takie jak jednostka samorządowa i stowarzyszenie kupców. Dopiero na dalszym etapie do takiej spółdzielni mogłyby dołączać osoby fizyczne jako udziałowcy i udziałowczynie. Druga droga to założenie spółdzielni, która już na etapie założenia jest hybrydowa, czyli od początku przyjmuje zarówno osoby prawne i fizyczne. Właśnie tę drogę obrała Spółdzielnia Krótka Droga.

Model spółdzielczy to podstawa do bezpieczniejszej, stabilniejszej i bardziej odpornej przyszłości targowisk, ponieważ bazuje na współodpowiedzialności, gospodarce cyrkularnej, inwestowaniu społecznościowym i stałym zaangażowaniu podmiotów instytucjonalnych.⁴³

43 Ibidem, s. 24.

HYBRYDOWE TARGOWISKO – REPLIKOWALNY MODEL

Hybrydowe targowiska to targowiska, które zarówno funkcjonują w materialnej przestrzeni miasta, jak i mają swoją odślonę cyfrową. W obu wymiarach można dokonywać zakupów i wymieniać się informacjami – twarzą w twarz lub poprzez aplikację. Cyfrowa odślona targowiska pełni funkcję służebną wobec przestrzeni fizycznej – zachęca do wizyt na targowisku i ułatwia korzystanie z nich zarówno klientom, kupcom, jak i rolnikom. Aplikacja podnosi konkurencyjność targowisk wobec korporacyjnych marketów, zwiększając dostępność targowisk dla różnych grup społecznych i promując lokalne produkty i ich producentów.

Przestrzeń targowiska powinna cechować wielofunkcyjność i rola centrum lokalnego, w którym skupione są kluczowe dla społeczności usługi: punkty sprzedaży, przestrzenie gastronomiczne, automaty paczkowe, miejsca spotkań. Oprócz oferowania przestrzeni dla handlu, targowiska powinny realizować program wydarzeń i imprez związanych z sezonowością plonów: program przyciągający mieszkańców, edukujący i budujący pozytywne relacje z miejscem.

Kluczowa jest ochrona i hybrydyzacja istniejących targowisk, a także ustabilizowanie ich sytuacji formalnej i rewitalizacja: potrzebne są inwestycje w rozwój przestrzenny i cyfrowy.

CEL

Wspieranie lokalnych przedsiębiorców, promocja polskiego rolnictwa, skracanie łańcuchów dostaw, ułatwienie mieszkańcom miast dostępu do żywności oraz niezbędnych usług, zrównoważony rozwój przestrzeni i budowanie więzi sąsiedzkich oraz relacji między mieszkańcami wsi i miast.

WYMIAR PRZESTRZENNY

- tworzenie nowych targowisk w bezpośrednim sąsiedztwie węzłów komunikacji publicznej lub w centrach większych osiedli,
- zlecenie projektowania targowisk wykwalifikowanym studiom architektonicznym w procedurze konkursowej, tak aby zagwarantować wysoką jakość i funkcjonalność przestrzeni (optymalne połączenie funkcjonalności i estetyki); włączanie kupców i klientów w projektowanie targowisk, żeby spełniały one oczekiwania funkcjonalne użytkowników,
- powierzchnia handlu nie powinna być mniejsza niż 1000 m²,
- targowiska powinny być w znacznej części zadaszone,
- kluczowy jest wygodny i darmowy parking jako integralna część przestrzeni targowiska,
- różnorodność stref: oprócz stref handlowych, targowiska powinny być wyposażone w strefy rekreacji i gastronomiczne,
- przestrzeń z dużym udziałem zieleni, ławek i zadaszeń,
- różnorodność miejsc handlu i rzemiosła (różne rodzaje stoisk i pawilonów handlowo-usługowych),
- wielofunkcyjny magazyn i centrum dystrybucyjne.
- zapewnione zaplecze socjalne dla osób handlujących (kuchnia, szatnia, toaleta),
- zapewnione wózki zakupowe do wypożyczenia (podobnie jak wózki w marketach),
- zapewnione toalety publiczne,
- obecność stojaków dla rowerów.

MULTIFUNKCJONALNOŚĆ, CZYLI WSZYSTKIE USŁUGI W JEDNYM MIEJSCU:

- fryzjer, pralnia, stolarz etc.,
- punkty naprawcze (elektro naprawy, naprawa rowerów, poprawki krawieckie, szewc, kaletnik),
- miejsca społeczne (np. kuchnia społeczna z przetwórną, kawiarenka naprawcza),
- wypożyczalnia narzędzi,
- punkty gastronomiczne (kawiarnia, bar mleczny, bistro),
- żłobek/przedszkole/dzienny opiekun.

WYMIAR CYFROWY

- system ułatwiający bezpośredni handel między rolnikami a kupcami (z pominięciem pośredników, takich jak giełdy warzyw i owoców),
- system do organizacji zakupów grupowych (w których wiele osób kupuje poprzez aplikację u jednego rolnika, dając mu gwarancję zbytu, z funkcją przedpłaty i zapisów na początku sezonu – podobnie jak w modelu rolnictwa wspieranego społecznie),
- karty i programy lojalnościowe,
- zbieranie danych na temat targowiska, które pozwolą lepiej dostosować ofertę poszczególnych sprzedawców,
- kluczowe informacje o ofercie: prezentacja profili wystawców/producentów, ich asortymentu, gospodarstw, metod produkcji itp.,
- „targowiskowa gazetka”, w której znajdują się kluczowe informacje: promocje, treści edukacyjne (np. na temat zdrowia), przepisy sezonowe, informacje o wydarzeniach itp.,

- forum klientów, na którym można wymieniać informacje,
- możliwość zamawiania zakupów online i szybkiego ich odbioru,
- zakupy poprzez automaty paczkowe i lodówkomaty, w których sprzedawcy mogą zostawiać towary dla klientów do odbioru w dogodnej dla nich porze.

WYMIAR ZARZĄDCZY – USPÓŁDZIELCZENIE TARGOWISKA

- „nie bycie samemu” – zaangażowanie większego grona osób w troskę o targowisko jako o dobro wspólne,
- współodpowiedzialność za programowanie funkcji targowiska - w spółdzielni każda osoba ma jeden głos, niezależnie od wysokości wniesionego kapitału,
- inwestowanie społecznościowe – możliwość inwestowania swoich oszczędności w istniejące funkcje bądź w innowacje na targowisku,
- tworzenie sieci lojalnych klientów i klientek, którzy kupują „u siebie”
- wspólna troska o jakość oferowanych produktów i atmosferę na targowisku,
- silniejsza, bardziej zróżnicowana reprezentacja, przekładająca się na mocniejszy głos polityczny,
- stałe zaangażowanie podmiotów instytucjonalnych, które wchodzi w skład spółdzielni,
- wytwarzanie lokalnej gospodarki cyrkularnej,
- wzmocnianie miejskiej odporności na targowisku,
- wspólne wytwarzanie bezpiecznej i stabilnej przestrzeni miejskiej, odpowiadającej na potrzeby lokalnej społeczności.

Podsumowanie

Otoczająca nas rzeczywistość zmienia się bardzo prędko, a sytuacja geopolityczna często powoduje w nas niepokój. Kluczowym jest zatem to, aby przestrzenie publiczne, które wytwarzamy, były odpowiedzią na te zmiany: by chroniły nas przed poczuciem odosobnienia i zapewniały poczucie bezpieczeństwa, wspólnoty oraz jakiegokolwiek stałości.

Targowiska pełnią ważną rolę w tym zadaniu, ponieważ odpowiadają na potrzeby gospodarcze i społeczne, jednocześnie prowokując bycie razem w przestrzeni miejskiej. Tylko będąc razem, buduje się zaufanie do lokalnej społeczności, a tym samym większe poczucie tożsamości oraz odporność.

Jak pokazujemy w niniejszym raporcie, place targowe to niezwykle cenne zasoby miejskie, charakteryzujące się niecodzienną zdolnością do łączenia tradycji z innowacjami. Są elastyczne, zwinne, zaangażowane społecznie, zrównoważone, zakorzenione w swoich lokalnych uniwersach i tradycjach oraz, przede wszystkim, wspólne. W przeciwieństwie do supermarketów i dyskontów wspierają lokalną społeczność i bycie razem, mimo że czasem można na nich pozostać anonimowym. Budują lokalną gospodarkę, dają stosunkowo łatwy start małym przedsiębiorcom i rynek zbytu małym i średnim rolnikom, poszkodowanym przez system zglobalizowanej i skapitalizowanej produkcji żywności.

Żywność jest podstawową wartością, która przez dekady – a nawet wieki – stopniowo ulegała coraz większej finansjalizacji. W świecie, w którym od pola do talerza jest najczęściej bardzo długa droga, kluczowym jest pielęgnowanie miejsc, które te łańcuchy dostaw skracają. Takimi miej-

scami są targowiska, rynki hurtowe i lokalne warzywniaki – weźmy to więc pod uwagę, podejmując swoje codzienne decyzje konsumenckie. Oczywiście przyszłość targowisk nie zależy jedynie od strony konsumenciej. Decyzje systemowe również muszą być poczynione, aby te niezwykle przestrzenie mogły zabezpieczyć swoją przyszłość i dalej się rozwijać.

Aby wspierać te decyzje zarówno po stronie konsumenckiej, jak i produkcyjnej oraz systemowej, proponujemy model hybrydowego targowiska. Hybrydowość w naszej wizji to otwarcie się na multifunkcjonalność na targowisku, stworzenie odsłony cyfrowej placu targowego oraz współdzielenie tej przestrzeni w celu bardziej demokratycznego i zaangażowanego zarządzania. Hybrydowe targowiska są częścią politycznej agendy oraz drogą do nowych rozwiązań w systemie żywnościowym i ułatwiają budowanie sojuszu między wsią a miastem. Jako CoopTech Hub uważamy hybrydowe targowiska za szansę na wyeksponowanie wszystkiego, co w targowiskach najcenniejsze. Zamierzamy więc we wsparciu naszych partnerów – takich jak Stowarzyszenie Miasto Jest Nasze, Fundacja im. Heinricha Bölla, KZRS „Samopomoc Chłopska”, Bazar Krótka Droga, Ryneček po Sąsiedzku czy Rynek Hurtowy Bronisze, bez których niniejszy raport by nie powstał – prototypować lepszą targowiskową przyszłość poprzez testowanie modelu hybrydowego targowiska w kolejnych miejscach.

Mamy nadzieję, że powyższe wnioski będą bazą dla tych działań i inspiracją dla kolejnych konsumentów, rolniczek, włodarzy, zarządczyń i działaczy.

BIBLIOGRAFIA

Architektura i Biznes. Jadalne miasto, nr 1/2024, 2024.

Banul-Wójcikowska Katarzyna, Instytut Spraw Publicznych, *Zapis ze spotkania 26.06.2024 o warszawskiej polityce żywnościowej*.

Brenner, Marcuse i Mayer, *Cities for people, not for profit: Critical urban theory and the right to the city*, Routledge, 2012.

Bronisze.com.pl, <https://www.bronisze.com.pl/>, [dostęp 20.04.2024].

CoopTech Hub, *#CoopTech: Platformowy kooperatyzm jako silnik solidarnego rozwoju*, 2019, <https://www.hub.coop/publikacja/%f0%9f%93%b1%f0%9f%93%84-cooptech-platformowy-kooperatyzm-jako-silnik-solidarnego-rozwoju/>.

CoopTech Hub, *Akademia Miejskiej Odporności*, 2024, <https://www.hub.coop/publikacja/akademia-miejskiej-odpornosci-raport/>.

CoopTech Hub, *Pakiet miejskiej odporności*, 2022, <https://www.hub.coop/publikacja/pakiet-miejskiej-odpornosci/>.

CoopTech Hub, *Spółdzielcza Farma Miejska jako narzędzie rozwoju miejskiej strefy żywicielskiej i agroekologii*, <https://www.hub.coop/publikacja/spoldzielcza-farma-miejska/>.

CoopTech Hub, *Spółdzielczy Plan Odbudowy*, 2021, <https://www.hub.coop/publikacja/spoldzielczy-plan-odbudowy/>.

CoopTech Hub, *Warszawska polityka żywnościowa. Apel do prezydenta Rafała Trzaskowskiego*, Warszawa, 10 lipca 2024 r., <https://www.hub.coop/warszawska-polityka-zywnosciowa/> [dostęp: 22.07.2024].

Czyż Piotr, *Targowisko jako społeczny hub*, 2021, <https://www.kongresobywatelski.pl/pomorski-thinkletter/wszystkie-teksty/targowisko-jako-spoeczny-hub/>.

Karaczun Zbigniew, *Rolnictwo jako zwornik bezpieczeństwa i rozwoju*, <https://www.kongresobywatelski.pl/pomorski-thinkletter/wszystkie-teksty/2023-3/rolnictwo-jako-zwornik-bezpieczenstwa-i-rozwoju/>.

Karaczun Zbigniew, SGGW, *Zapis ze spotkania 26.06.2024 o warszawskiej polityce żywnościowej*.

Klein Naomi, *Sprawiedliwa transformacja*, s. 512.

Koalicja Obywatelska, *100 konkretów na pierwsze 100 dni rządów!*, <https://100konkretow.pl/rolnictwo/>.

Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc Chłopska”, *O nas*, <https://kzrs.pl/o-nas/>.

Lefebvre Henri, *Space: Social Product and Use Value*, [w:] *State, Space, World: selected essays*, 1979/2009.

Mielczarek Zuzanna, *Hale Mirowskie, nazywane „Brzuchem Warszawy”...*, 20 marca 2024 r., Facebook, <https://www.facebook.com/zuziamiel/posts/pfbid0RgmaWJzZZDRWtHg9iVWuJAIYbHGLwMfKaMkttYpaTojQoCCmpp5vsfRkUduThEoil>.

Milan Urban Food Policy Pact, <https://www.milanurbanfoodpolicypact.org/>.

Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, *Bezpieczeństwo żywnościowe*, <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/bezpieczenstwo-zywnosciowe>.

Nyeleni Polska, <https://nyeleni.pl/deklaracja-nyeleni-mali-2007/>.

Pańczyk Anna, Andrzej Gantner, PFPŻ: *Giełdy rolnicze, a nie państwowy moloch*, „Wiadomości spożywcze”, 22 kwietnia 2022 r., <https://wiadomoscispozywcze.pl/artykuly/9111/andrzej-gantner-pfpz-giedy-rolnicze-a-nie-panstwowy-moloch/>.

Projekt uchwały Rady m.st. Warszawy w sprawie targowisk miejskich, złożony w Kancelarii Rady Miasta Stołecznego Warszawy dn. 08.02.2024.

Sławiński Aleksander, *Bazar w klimacie dawnego Stadionu Dziesięciolecia z nagrodą architektoniczną. Sprawdzamy, jak do tego doszło*, „Wyborcza.pl. Warszawa”, 26 czerwca 2022 r., <https://warszawa.wyborcza.pl/warszawa/7,54420,28619024,zbudowany-po-kosztach-budynek-bazaru-z-prestizowa-nagroda-na.html>.

Sobiesiak-Penszko Paulina, *Na widelcu. Konsumenci a transformacja systemu żywnościowego*, Instytut Spraw Publicznych, 2023, <https://www.isp.org.pl/pl/publikacje/na-widelcu-konsumenci-a-transformacja-systemu-zywnosciowego> [dostęp: 22.07.2024].

Stowarzyszenie Inicjatywa Miasto, *Na rynek. Strategia regeneracji targowisk*, 2022, <http://inicjatywamiasto.pl/portfolio/strategia-regeneracji-targowisk/> [dostęp: 22.07.2024].

Urząd m.st. Warszawy, Biuro Marketingu Miasta, *Targowiska i samodzielne stoiska handlowe – korzystanie i opinie warszawiaków*, 2019, s. 17.

Zemke Aleksandra, *Współtworzone. Innowacje społeczne w Barcelonie*, s. 19.

COOPTECH HUB

CoopTech Hub to pierwsze w Polsce centrum technologii spółdzielczych, prowadzone przez PLZ Spółdzielnię. Naszym celem jest tworzenie wspólnoty opartej na zaufaniu, które chcemy zbudować przez cyfrowy restart spółdzielczości. Edukujemy, szkolimy, doradzamy i wdrażamy własne rozwiązania technologiczne. Inkubujemy spółdzielnie rozwojowe i społeczności energetyczne. Postrzegamy innowację jako usługę publiczną, która powinna być powszechnie dostępna i zrozumiała. Oferujemy technologie i usługi oparte na doświadczeniu interdyscyplinarnego zespołu przeznaczone dla: samorządów, instytucji kultury, szkół i organizacji pozarządowych, mieszkanek i mieszkańców oraz biznesu – jesteśmy wsparciem dla zrównoważonych inicjatyw. Realizujemy projekty o tematyce energetycznej, społecznej i spółdzielczej. Kooperujemy zamiast konkutować.

Zapraszamy na stronę! www.hub.coop

FUNDACJA IM. HEINRICHA BÖLLA

Fundacja im. Heinricha Bölla to niemiecka fundacja zielonej polityki, która działa w ponad 60 krajach poprzez 34 biura zagraniczne na rzecz zrównoważonego rozwoju, demokracji płci i międzykulturowego porozumienia.

Przedstawicielstwo w Warszawie istnieje od 20 lat i prowadzi projekty w obszarach Energia i Klimat, Europejska Polityka Rolna, Demokracja i Prawa Człowieka, Europa i Sprawy Międzynarodowe oraz Dialog Bałtycki.

Celem Fundacji jest wzmocnienie demokracji i praw człowieka, zwiększanie partycypacji obywatelskiej oraz promowanie długofalowej, zrównoważonej modernizacji społeczno-ekonomicznej w oparciu o trwałe i sprawiedliwy rozwój oraz czyste środowisko. Osią łączącą wszystkie działania są wspólne europejskie wartości.

Zapraszamy na stronę! www.pl.boell.org