

Načrtovanje za nakupovanje: koprsko fantomsko mesto

dr. Boštjan Bugarič

Povzetek

Prispevek analizira dejavnike propadanja nakupovalnih središč zaradi vsebinskih in prostorskih transformacij, ki so posledica investitorskega urbanizma. S primerjalno analizo konkretne transformacije nezazidljivega zemljišča v zaščitenem vplivnem območju historičnega mestnega jedra Koper v zazidljivo nakupovalno središče poskuša prikazati razvojni trend investitorskega urbanizma in definirati, katere so njegove temeljne značilnosti.

Ključne besede

nakupovanje, investitorski urbanizem, nekraj, nakupovalno središče

1. Uvod

Nakupovalno središče je običajno velika poslovna stavba ali kompleks mnogoterih, v katerih so različne trgovine. V preteklosti so trgovska središča veljala za priročno mesto – vse *na enem mestu* – za vse potrošniške potrebe in so tako hitro postala priljubljena družabna središča in prostori srečevanja. Od vrhunca svoje priljubljenosti v devetdesetih letih prejšnjega stoletja in na začetku novega pa se obiskovanost in priljubljenost nakupovalnih središč hitro zmanjšuje. Zakaj prihaja do vse očitnejšega zamiranja nakupovalnih središč, predvsem v ZDA, kjer so se najprej oblikovala, in zakaj se trend širi tudi v nekatera mesta v Evropi? Na trend vpliva mnogo razlogov, kot jih definira Valensky (Valensky 2023), so najpomembnejši spletno nakupovanje, visoki stroški vzdrževanja objektov zaradi njihovih praznih prostorov, novi trendi nakupovanja cenejših izdelkov, zmanjšana obiskovanost nakupovalnih središč ter novi modeli nakupovanja, kot so na primer priložnostne (pop-up) trgovine in outlet vasi. Zaradi kombinacije vseh teh dejavnikov se povečuje število praznih prodajnih prostorov v nakupovalnih središčih. Prispevek analizira dejavnike propadanja nakupovalnih središč zaradi vsebinskih in prostorskih transformacij. S primerjalno analizo konkretne transformacije nezazidljivega zemljišča v zaščitenem vplivnem območju historičnega mestnega jedra Koper v zazidljivo nakupovalno središče bo prikazan trenutni razvojni trend investitorskega urbanizma.

2. Nakupovalni nekraji

Način nakupovanja se je v zadnjih letih močno spremenil in verjetno se bo ta trend nadaljeval tudi v prihodnosti. Pri tem je pomembno omeniti, da so nakupovalna središča v nekaterih delih sveta v zatonu, v drugih pa še vedno močno vplivajo na prostorski razvoj mest. Še vedno so priljubljena v Združenih državah Amerike in Aziji, največje nakupovalno središče na svetu pa je v Dubaju.

Augé (Augé 1997) definira nakupovalna središča kot nove nekraje supermodernosti. V njih se vozimo po avtocesti, tavamo po supermarketu ali sedimo v letališki čakalnici. Uporabnik nekraja je z njim v pogodbenem razmerju, saj mora ob vstopu vedno znova uporabiti kupljeno vstopnico, kartico na cestninski postaji, voziček, ki ga vozi. Po Augéju (Augé 1997, 104) so to specifični nekraji, ki »ne ustvarjajo niti singularne identitete niti medsebojnih odnosov med uporabniki«. Zaradi hitrega spreminjanja sistema nakupovanja, posebej po pandemiji covida 19, je težko definirati trend njihovega upadanja. Pri tem pa vedno znova prihaja do razrasta investitorskega urbanizma (Bugarič 2018), oblike urbanega razvoja, pri kateri deleveloperji in/ali politiki sprejemajo odločitve o razvoju mest brez upoštevanja potreb lokalnih skupnosti. Osnovni cilj je maksimiranje dobička s korporativnim oblikovanjem prostora. V članku med drugim poudarjam, da ima investitorski urbanizem ima dobre pogoje za hiter razvoj, ki je na prehodu med političnimi sistemi podvržen korupciji in manipulacijam z nepremičninami.

Pa si podrobneje oglejmo primer Združenih držav Amerike, kjer je približno 1.150 nakupovalnih središč. Leta 1986 jih je bilo 25.000. Statistična analiza razvoja na-

kupovalnih središč v ZDA (Mall Closure Statistics 2024) predvideva, da bo do leta 2032 delovalo le še 150 nakupovalnih središč. Projekcije kažejo, da se lahko v 10 letih zapre do 87 % velikih nakupovalnih središč. Po navedeni statistični analizi se je število nakupovalnih središč od leta 2017 do leta 2022 zmanjšalo za 16,7 % letno. Leta 2022 je bilo porušeni 186.000 m² nakupovalnih središč. Po nekaterih ocenah je bilo leta 2022 v ZDA le še 700 velikih nakupovalnih središč. Med letoma 2017 in 2022 se je vsako leto zaprlo povprečno 1.170 nakupovalnih središč. Od leta 1986 do leta 2017 so se nakupovalna središča zapirala s hitrostjo 581 na leto. Katere so najpomembnejše značilnosti, ki praznim nakupovalnim središčem omogočajo ekonomsko in družbeno uspešnost? Valensky (Valensky 2023) preverja vsebinske preobrazbe izpraznjenih in zapuščenih nakupovalnih središč, ki se spreminjajo v športne centre, restavracije, univerzitetna središča, skladišča ali v stanovanja. V ZDA se je tako 16 % praznih nakupovalnih središč vsebinsko spremenilo, od tega 8 % v skladiščne prostore, 7 % v stanovanja, 5 % v distribucijske centre, 4 % v univerzitetna središča, 4 % pa v bolnišnice ali zdravstvene ustanove. Zanimiva primerjava govori o ekonomski rasti. Velik delež prenov nakupovalnih središč v ZDA, 41 %, financirajo banke, 18 % skladi za naložbe v maloprodajne nepremičnine, 17 % zasebni vlagatelji 5 % vlade, 2 % kreditne zadrage, 15 % prenov pa se financira iz drugih virov.

Vsebinska ponovna uporaba nakupovalnih središč zahteva veliko spremembo v načinu njihovega delovanja. Pri tem se uvaža zasnova na podlagi izkušenj, namesto da bi bili to le prostori nakupa. Osnovno vodilo pri tem je odpiranje prostorov za prosti čas in zabavo, s čimer lahko postanejo bolj prijazna za mlade družine.¹ Pomembno vodilo vsebinske prenove je osredotočanje na tržne niše, tako da se nakupovalna središča usmerijo na primer v ponudbo športne opreme ali elektronskega blaga. Dobri primeri so tudi veganska ali trajnostna moda, ponudba edinstvenih in specializiranih izdelkov, ki jih na spletu ne najdete zlahka. Z organizacijo rednih dogodkov ali ponudbo storitev, ki ustrezajo lokalnim potrebam, se osredotočajo tudi na lokalno skupnost. Z vključevanjem tehnologije ter ponudbo prostorov za skupno delo in dogodke lahko postanejo tovrstni prostori privlačnejši tudi za mlajše generacije.

3. Koprski nekraji

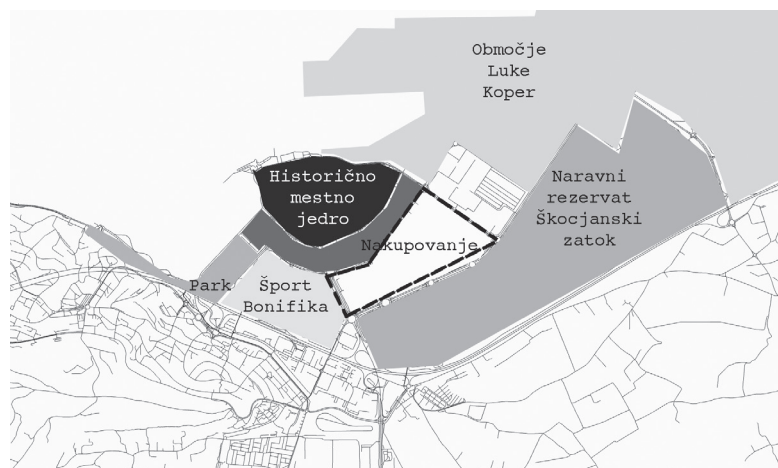
Mumford (Mumford 1988) pravi, da so v obdobju po drugi svetovni vojni ob hitri motorizaciji prometa strnjena mestna središča postajala vse bolj neprimerna za tovrstne oblike prevoza, čemur je sledilo bodisi prilagajanje stare mestne strukture novim oblikam prometa ali pa premikanje pomembnih mestotvornih funkcij

¹ Besedna zveza *mlade družine* se uporablja dobesedno za vse ranljive skupine, pri tem se pozablja na starostnike, skupnost LGBTQ, anarhistične in druge skupnosti.

na obrobje. Harvey (Harvey 1973) trdi, da brez prostorov potrošnje mesta sploh ne bi obstajala, saj brez geografske koncentracije družbenega presežnega proizvoda ni urbanizma. Prav slovenskim obalnim mestom se je po drugi svetovni vojni uspelo prilagoditi modernizacijskim spremembam in zadržati pomemben del dejavnosti v mestnih središčih. Uršič (Uršič 2012, 263) poudarja, da so k temu močno pripomogli sistemi kolektivnih javnih prevoznih sredstev, »ki so do osamosvojitve igrali pomembno v prevozu in so zavirali procese suburbanizacije ekonomskih dejavnosti. Velik del trgovskih, storitvenih in industrijskih dejavnosti je tako začasno ostal v mestih ali v njihovi neposredni bližini. Največje spremembe so se zato zgodile v obdobju po osamosvojitvi, ko je zaradi uvedbe tržne ekonomije in pospešene avtomobilizacije Slovenije prišlo do izrazite preobrazbe funkcionalne strukture obalnih mest in njihovih zaledij. Pocenitev avtomobilov in relativno nizke cene naftnih derivatov so pomenile hiter razmah individualiziranega prevoza, ki je zmanjšal pomen kolektivnih prevoznih sredstev in mestnega središča kot ključnega vozlišča prometnih infrastruktur ter ekonomskih dejavnosti. Pospešena gradnja (avto)cestne infrastrukture in skokovit porast uporabe avtomobilskega prevoza sta težišče družabnega in ekonomskega življenja preselelila v nove prostore na mestnem obrobju. K procesom suburbanizacije so nedvomno veliko pripomogle tudi specifične politično-ekonomske razmere, naraščanje cen nepremičnin in splošno pomanjkanje prostora za obsežnejše gradnje v mestnih središčih. S tega vidika sta procesa suburbanizacije in avtomobilizacije potekala sinergično oz. sta vzročno povezana.«

Koper ima vlogo najpomembnejšega nakupovalnega središča na Obali zaradi izredne zgoščenosti prodajnih površin. Uršič (Uršič 2012) poudarja, da ima Mestna občina Koper največ prodajnih površin na slovenski obali, pri čemer največji delež odpade na obrobje mesta Koper, kjer so največji prodajni kompleksi (npr. Supermarketa, Tuš, Mercator itd.). Po podatkih SURS (SURS 2006) je v občini Koper 72.470 m² prodajnih površin, kar močno presega število prodajnih prostorov v občinah Piran¹ in Izola². Nadaljnja analiza statističnih podatkov o površini prodajnega prostora po posameznih občinah kaže, da je površina prodajnega prostora v Mestni občini Koper leta 2003 znašala približno 0,9 m² na prebivalca, leta 2005 je narasla na 1,5 m², leta 2010 pa je znašala približno 2,4 m². »Rast prodajnih površin je povezana predvsem s hitro rastjo nakupovalnih središč na obrobju, in ne s širitvijo ponudbe prodajnih površin v središču mesta«, zaključuje Uršič (Uršič 2012). Z raziskovanjem razvoja trgovine in nakupovanja se je ukvarjala tudi raziskava Innocité – Vloga mesta Koper v omrežju čezmejne regije (RRC, 2010). Uršič (Uršič 2012, 272) pravi, da »po mnenju anketirancev iz raziskav (2000, 2002, 2008, 2010) mestno središče Kopra sicer predstavlja ambientalno zelo privlačno nakupovalno okolje, ki pa se vendarle ne more kosati z boljšimi možnostmi parkiranja, večjimi prodajnimi površinami, raznovrstnostjo produktov in konkurenčnimi cenami, ki jih ponujajo množična nakupovalna središča na obrobju mesta«. Trenutno območje nakupovalnih središč je bilo pred tem zaščiteno vplivno območje ob historičnem mestnem jedru, kjer zaradi slabe nosilnosti terena in zaščitene vedute v historično mestno jedro ni bilo mogoče posegati z večjimi pozidavami. O spremembah zaščitene vplivnega območja v zazidljivo sem pisal v monografiji *Prishtina public archipelago* (Ramku 2021) v tekstu Koper's [public] optimism. V prispevku poudarjam, da je odvisnost prebivalcev od avtomobilskega prevoza eden izmed pomembnih dejavnikov, ki spodbujajo procese suburbanizacije prebivalstva, zato se v zaledju večjih urbanih središč na Obali povečuje število prostorov potrošnje. Obalno-kraška regija izstopa kot območje z največjo površino prodajnega prostora med vsemi slovenskimi regijami. S spremembo vplivnega območja na južnem delu ob zgodovinskem središču Kopra leta 2007 je pritisk investorjev oblikoval novo mesto potrošnje. Celotno območje javnega prostora od Luke Koper do športnega območja Bonifika je Mestna občina Koper prodala podjetjem Merkator, Lidl, Hofer, Interspar, Harvey Norman, Eurospin, Tuš, McDonalds, Obi in drugim. Vsa nakupovalna središča v Kopru so bila zgrajena v izredno kratkem času brez prostorskega razvojnega načrta. Območje se je med letoma 2007 in 2013 z valom komercializacije mestnih javnih zemljišč spremenilo v nakupovalno mesto, kjer se med nakupovalnimi središči in njihovimi parkirišči ter bencinskimi črpalkami gradi stanovanjske objekte.

Na sliki 1 je prikazano trenutno vsebinsko stanje ob historičnem mestnem jedru. Zgoščeno historično pozidavo mestnega jedra obkroža na vzhodni strani veliko območje industrijskega dela luke in območje naravnega rezervata, medtem ko so na južni strani park s parkirišči, športno območje Bonifika ter nakupovalna središča. Med posameznimi območji ni ustreznih peš poti, občutno pa primanjkuje tudi zelenih površin. Uršič (Uršič 2012, 273), navaja, da se je »v obdobju po osamosvojitvi



1

Sl. 1: Vsebine ob koprskem historičnem mestnem jedru. Vir: Bugarič.

z dokončanjem avtocestnega križa in nadaljevanjem procesov suburbanizacije močno povečal vpliv prostorov potrošnje na obrobjih obalnih mest. Razvoj obrobni prostorov potrošnje predstavlja logičen potek prehoda nakupovalnih prostorov v obdobje tržne ekonomije.«

V nadaljevanju bo fotografska analiza ključnih lokacij v koprskem nakupovalnem območju prikazala vsebinske razvojne neskladnosti tega prostora. Jasno lahko zaznamo postopne spremembe nezazidljivega zemljišča v zaščitnem vplivnem območju historičnega jedra Kopra v zazidljivo nakupovalno središče. Takšna prodaja javnih zemljišč je trenutni način izvajanja investitorskega urbanizma.

4. Urbana entropija

Zaradi sprememb pri potrošnji in nenačrtovanja območij nakupovalnih prostorov se v slovenskih obalnih mestih dogaja urbana entropija. Prostorska politika Mestne občine Koper, ki je še vedno brez OPN-ja, že v drugem mandatu županovanja istega župana, je neustrezna, občina je tudi brez mestnega urbanista. Zaradi neustreznega načrtovanja se tako srečujemo z vsebinsko izpraznjenim mestnim središčem, trgovske komercialne dejavnosti imajo pri razvoju prednost pred drugimi mestotvornimi vsebinami. To sicer nakazujejo tudi nekateri primeri nakupovalnih središč drugod po Sloveniji. Postavljanje nakupovalnih centrov na idealne lokacije po Sloveniji je investicija podjetja Hofer.⁴ Gre za strategijo nakupovanja zemljišč ob dobrih prometnih povezavah po vsej Sloveniji, kar je naložba v prihodnost. Vendar bo najbolje, da se vrnemo v Koper, med nekatere že realizirane projekte znotraj območja nakupovalnih centrov. V obdobju investitorskega urbanizma od leta 2007 do danes se je na nekdanje vplivno območje historičnega mestnega jedra Koper, ki se je z odlokom takratnega župana spremenilo v zazidljivo, izvajalo mnogotere zazidave brez celovitega plana. Območje je med historičnim mestnim jedrom, ob zaščitnem naravnem rezervatu Škocjanski zatok, poleg zaporov in sredi nakupovalnih središč, parkirišč in bencinskih servisov brez zelenih parkovnih zasaditev.

Med primeri investitorskega urbanizma je stanovanjsko-poslovni kompleks Koprski vrata iz leta 2013, ki obsega 164 stanovanj ter približno 2.000 m² poslovnih prostorov. Investor zagotavlja, da kompleks odlikuje odlična lokacija, moderna zasnova, kakovostna gradnja, stanovanja z velikimi terasami, odlična prometna infrastruktura, bližina šol, vrtcev, trgovin, bank, zdravstvenih ustanov, mestnega jedra ter avtocestnega priključka. Če podrobno preverimo opisane parametre, pa ugotovimo, da lokacija nima ustreznih dostopov za pešce in kolesarje in da soseska nima načrtovanih zelenih prostorov med objekti, temveč jih nadomešča

2 17.637 m².

3 12.861 m².

4 Z investorjem Hofer Trgovina, d. o. o., je podjetje Protim Ržišnik Perc sodelovalo pri 48 trgovskih objektih za Hofer v Ljubljani, Šenčurju, Radovljici, Ribnici, Kopru, Kranju, Grosuplju, Brežicah, Medvodah, Žalcu, Ivančni Gorici, Kamniku, Trzinu, Postojni, Škofji Loki, Šempetru, Sežani, Idriji, Domžalah, Sevnici, Novi Gorici, Mozirju, Ajdovščini, Velenju, Kočevju, Ilirski Bistrici, Prevaljah, Jesenicah, Črnomlju, Izoli, Cerknici in Litiji.



Sl. 2: Lokacije neustreznega prostorskega razvoja:

1. Stik Luke Koper s historičnim mestnim jedrom
2. Zasebno zemljišče Levji grad
3. Neustrezna vsebinska zasnova
4. Prazno območje v zasebni rabi
5. Stik naravnega rezervata z območjem ob avtobusni in železniški postaji
6. Zapor in nakupovalno središče
7. Neskladna zazidava nakupovalnih objektov. Vir: Bugarič.



3



4

Sl. 3, 4: Neskladnost vsebin med zapori in nakupovalnim središčem. Foto: © Bugarič.

parkirišče. Stoji med parkirišči nakupovalnega središča, zaradi pomanjkanja zelenja pa je poleti vročinsko zelo obremenjena. V kletnih etažah na nestabilnemu terenu so parkirni prostori, ki v arhitekturni in statični zasnovi narekujejo precej pogojen tloris stanovanj. V neposredni bližini koprškega historičnega jedra se pripravlja gradnja še dveh stanovanjskih sosesk, ki ju gradita podjetji Grafist in Dom Navtika,⁵ povprečna cena stanovanja bo 3500 evrov za kvadratni meter. Še eno sosesko v središču koprškega nakupovalnega središča načrtuje podjetje Elta in jo želi zgraditi do leta 2025. Stolpiči bodo imeli šest nadstropij (P+5+M) in bodo v višino merili 21 metrov. Objekte bodo po besedah investitorja gradili postopno, parkirišča pa bodo razširili iz ene v tri podzemne etaže, če bo potrebno. Tako se v nakupovalnem središču v nekdanj vplivnem območju ob historičnem mestnem jedru Kopra gradijo nove stanovanjske soseske z novimi pogoji bivanja.

5. Zaključek

Ena od mahinacij z namensko rabo mestnih zemljišč (četudi ne ravno na območju nakupovalnega mesta) je tudi načrt novega stanovanjskega naselja Slavnik v Semedeli, ki ga je nameraval zasebni investitor izvesti s pomočjo OPPN. Konec januarja 2021 je župan MOK objavil *Poziv k oblikovanju izhodišč za pripravo OPPN za območje »Slavnik«* oziroma prostorske enote KC-35. Pobudo za ureditev območja, ki obsega 15 parcel površine približno 10000 m², je dal lastnik treh parcel osrednjega območja, imenovanega tudi Slavnikove garaže, in pripravil idejno zasnovo Semedelska vrata. Gre za predhodno fazo v postopku priprave OPPN, ki je namenjena širšemu razmisleku o nadaljnjem razvoju in predlagani ureditvi območja nekdanjih Slavnikovih garaž v Semedeli. Šele na podlagi prejetih pobud in predlogov bi lahko Mestna občina Koper sprejela odločitev o začetku postopka priprave prostorskega akta za to območje. Razpis je bil objavljen v začetku leta 2021, med najhujšo epidemijo covida, ko so se ljudje zadrževali večinoma doma. To je bilo seveda idealno za investitorja, ker bi tako ne dobil nikakršnih komentarjev na svoj predlog zazidave.

Zato je kolektiv Avtomatik Delovišče marca 2021 izvedel javni spletni dogodek *Branje Semedele*⁶, na katerem je Javni poziv k oblikovanju izhodišč za pripravo OPPN predstavil v sodelovanju s Krajevnima skupnostma Semedela in Za Gradom z namenom predstavitve posledic izvedbe projekta. Dogodek je sprožil oblikovanje civilne iniciative Novi Slavnik in pripravo pripomb na razgrnjeni osnutek OPN MO Koper za območje nekdanjih Slavnikovih garaž ter neposredne okolice, vključno s trgovino Mercator in vrtcem. Civilna iniciativa Novi Slavnik se je obrnila na

predsednike krajevnih skupnosti in župana, ki je v odziv na protest krajanov sprejel sklep, da bo pri urejanju območja oblikoval nov osnutek v sovzvočju s prebivalci ter da bo MO Koper preverila možnosti pridobitve lastništva obravnavanega zemljišča.

Skladno z rezultati peticije je župan nato imenoval delovno skupino za pripravo novih izhodišč za urejanje območja Slavnikovih garaž. Oblikovala naj bi predloge, ki bodo primerni tako za širši prostor kot tudi za občane in bodo podlaga za nadaljnje dejavnosti v zvezi z urejanjem tega območja. Končni rezultat naj bi bil osnutek poročila o delu skupine. Civilna iniciativa Novi Slavnik je ugotovila, da objavljeni osnutek OPN za območje Slavnikovih garaž ne upošteva mnenja krajanov, izražene s peticijo aprila 2021, in ne upošteva rezultatov dela delovne skupine, s tem pa tudi ne sklepov in zavez, ki jih je dal župan v odzivu na zavrnitev osnutka OPPN v letu 2021. Predlagajo, da se pripravijo izhodišča za urejanje tega območja, kakor je bilo večinsko izkazano s pripombami, mnenji in predlogi podpisnikov peticije ter posameznikov, da se upošteva zaveza župana, podprta s 1431 podpisi, za zamenjavo ali občinski odkup obravnavanega zemljišča, in da se lastniku zemljišča ponudi enakovredno zemljišče na drugi lokaciji oziroma ustreza protivrednost. Pri pripravi izhodišč za urejanje območja naj se upoštevata objekta, vpisana v register kulturne dediščine, to sta cerkev Marije priprošnjice za zdravje in srednjeveško pokopališče v Semedeli. Civilna iniciativa Novi Slavnik v svojih pripombah nasprotuje tako visoki in gosti gradnji, med predlogi za ureditev območja prevladujejo parkovna ureditev, zelene površine, oskrbni center za ostarele, center za delovanje in druženje krajanov Semedele in sosednjih stanovanjskih četrti, spominski park, gledališče in koncertna dvorana, storitvene dejavnosti (pošta, banka, zdravstvena ambulanta, gostilna/restavracija), prostori za delovanje lokalnih društev in za izvajanje družbenih dejavnosti, dodatne površine za vrtec.

Gre za začasno ustavitev gradnje, ki samo čaka na novo priložnost. To je realnost, v kateri investitorji oblikujejo mesto s pomočjo političnih mahinacij mestnih oblasti in skupaj z županom načrtujejo brez arhitektov in urbanistov.

5 Grafis načrtuje 170 stanovanj v Levjem gradu, Dom Navtika 57 varovanih stanovanj ob Ferrarski cesti.

6 Branje Semedele, objavljeno na: <https://www.youtube.com/watch?v=yT9mRCIDKYc&t=2228s>



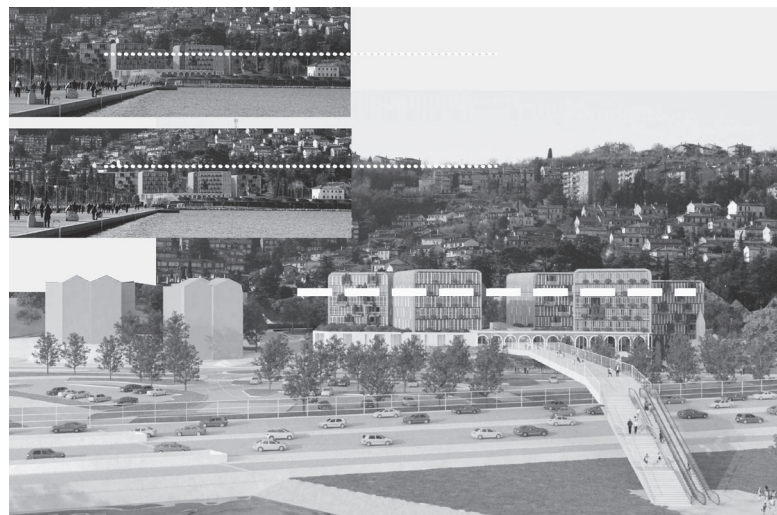
5



9



6



10



7



8

Sl. 5: Stik prvega pomola Luke Koper s historičnim mestnim jedrom. Foto: © Bugarič.

Sl. 6: Zasebni investitor na lokaciji Levji grad ne upošteva natečajne rešitve in izvaja spremembo namembnosti iz poslovne rabe v stanovanjsko rabo. Foto: © Bugarič.

Sl. 7: Neustrezna vsebinska zasnova: hotel, stanovanje, nakupovanje. Foto: © Bugarič.

Sl. 8: Prazno površino v nakupovalnem območju in zasebni rabi ima investitor namen pozidati s stanovanjskimi stavbami in s tem povečati vrednost zemljišča. Foto: © Bugarič.

Sl. 9: Stik naravnega rezervata z območjem ob avtobusni in železniški postaji. Foto: © Bugarič.

Sl. 10: Novi stanovanjski kompleks bi s svojo realno višino zakril veduto v Semedeli. Vizualizacija investitorja z nižjimi objekti, kot so v resnici, po načrtih pod črtkano črto, in realne višine v vizualizaciji kolektiva Avtomatik Delovišče. Vir: Bugarič.

Prispevek posvečam sodelavki, prijateljici, tovarišici Mateji Filipič.

Literatura

- Augé, Marc. 2008. *Non-Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity*. London: Verso.
- Bugarič, Boštjan. 2018. Avtonomne urbane prakse kot odgovor investitorskemu urbanizmu. *Arhitektov bilten*: AB. okt. 2018, let. 48, št. 215/216, str. 45–49.
- Bugarič, Boštjan. 2021. Koper's [public] optimism. V: Ramku, Bekim, ed. 2021. *Prishtina Public Architecture*. Prishtinë: Kosovo Architecture Foundation, str. 380–395.
- Cigale, Dejan. 2002. Centralna naselja v Sloveniji in njihova vplivna območja v letu 1999. *Geografski vestnik* 74 (1): 43–56. http://zgs.zrc-sazu.si/Portals/8/Geografski_vestnik/gv74-1-cigale.pdf
- Civilina iniciativa Novi Slavniki. 2022. Pripombe na Javno razgrnitev gradiva OPN v Mestni občini Koper.
- Harvey, David. 2009. *Social Justice and the City*. Revised edition. Athens: University of Georgia Press.
- Čepar, Nataša. 2023. Kaj je ostalo od stanovanjskih obljub Aca Kabanice. *Delo*. Dosegljivo na: <https://www.delo.si/novice/slovenija/predstavili-sosesko-ki-je-dobila-referendumsko-podporo>
- Mall Closure Statistics. Last Updated: May 28, 2024. <https://capitaloneshopping.com/research/mall-closure-statistics/>
- Mlinar, Zdravko, Drago Kos, Marjan Hočevar, Franc Trček. 2000. *Local Development and Socio-Spatial Organization: Trends, Problems and Policies: The Case of Koper, Slovenia*. Budapest: Open Society Institute.
- Mlinar, Zdravko. 2001. Krepitev in slabitev moči lokalnih akterjev ter nastajanje in izginjanje lokalnih posebnosti v procesu globalizacije. *Teorija in praksa* 38 (5): 765–85. <http://dk.fdv.uni-lj.si/tip/tip20015Mlinar.pdf>
- Mlinar, Zdravko. 2008. *Življenjsko okolje v globalni informacijski dobi. Knj. 1, Prostorsko-časovna organizacija bivanja: raziskovanja na Koprskem in v svetu*. 1. natis. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede; Slovenska akademija znanosti in umetnosti.
- Mumford, Lewis. 1988. *Grad u historiji: njegov postanak, njegovo mijenjanje, njegovi izgledi*. Zagreb: Naprijed.
- RRC. 2010. Innocité – Kako okrepiti konkurenčnost malih in srednjih mest v vplivnem območju velikih alpskih urbanih centrov – Vloga mesta Koper v omrežju naselij čezmejne regije. Koper, Regionalni razvojni center.
- SURS. 2006. Statistične informacije (Rapid Reports) – Trgovina in druge storitvene dejavnosti. Ljubljana, Statistični urad Republike Slovenije.
- SURS. 2009. Statistični letopis 2009. Ljubljana, Statistični urad Republike Slovenije.
- Uršič, Matjaž. 2012. Avtomobilizacija in spreminjanje urbanih prostorov potrošnje na slovenski obali: od „mesta pešcev“ k „mestu avtomobilskih potrošnikov“. *Annales* 22 (1): 261–276. <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-YIWRQX2U>
- Valensky, Lauren. 2023. Why Are Shopping Malls Dying, and How Can They Make a Comeback? *Eposnow*. <https://www.eposnow.com/us/resources/why-are-shopping-malls-dying/>