

**Informacja prasowa: 21-12-2022, Warszawa**

źródło: Biuro Prasowe Galerii Północnej

Tomasz Pietrzak/Guarana PR

tel. 509 106 256 mail. [tomasz.pietrzak[at]guaranapr.pl](mailto:tomasz.pietrzak@guaranapr.pl)

press room: gp.dlamediow.pl

**Galeria Północna zwiększa udział mody w tenant-mix’ie**

**Północna umacnia swoją ofertę handlową. Tylko w 2022 roku nowi najemcy zajęli tu lokale o łącznej powierzchni ponad 2375 m kw. Jednocześnie przedłużono umowy z dotychczasowymi partnerami, opiewające na ponad 4000 m kw. W efekcie, obiekt wynajęty jest niemal w 93%. Ale w warszawskiej galerii rośnie nie tylko wskaźnik komercjalizacji. Kolejne otwarcia w 2022 roku, ale także wcześniejsze z 2021 r., znacząco zwiększyły udział mody w tenant-mix’ie.**

Już teraz 34% najemców w ofercie Północnej przypada na segment *fashion*. W sumie, kupujący mogą tu znaleźć ponad 60 sklepów najpopularniejszych marek w Polsce. Kierunek, w którym rozwija się tenant-mix podoba się klientom. Aż 95% zapytanych przez GfK pozytywnie ocenia zmiany, jakie zachodzą w asortymencie Północnej. – Poszerzenie oferty fashion, zwłaszcza o popularne krajowe i międzynarodowe marki profootfallowe, jest jednym z kluczowych celów realizowanej przez nas strategii leasingowej, także w 2023 r. – **podkreśla Jarosław Tutaj, Head of Retail Leasing w GTC S.A.**

– Dzięki temu nie tylko uważnie podążamy za potrzebami zakupowymi klienta, który oczekuje od nas stałego rozwoju w tym obszarze, ale przede wszystkim: umacniamy pozycję galerii na warszawskim rynku, znacząco podnosimy jej konkurencyjność, rozwijamy footfall, a także rozszerzamy catchment, przyciągając na shopping mieszkańców nie tylko Białołęki, ale także dalszych rejonów stolicy i północnych obrzeży miasta – mówi.

W tych działaniach Północna jest konsekwentna. W ostatnich dwóch latach galeria nie tylko pozyskała wiele marek monobrandowy, ale także sieci sklepów multibrandowych i *off-price*. – Umacniając ofertę modową koncentrujemy się na markach, które na lokalnym rynku wypełniają lukę zakupową, ale także tworzą unikalną destynację dla całej rodziny. Sięgamy przy tym po nowoczesne brandy fashion, świadome najnowszych trendów retail i zmieniających się potrzeb konsumenckich – tłumaczy Jarosław Tutaj.

– Przykładem tego jest zeszłoroczny debiut HalfPrice, czyli marki z popularnego segmentu off-price, re-launch w nowym formacie sklepu Sinsay czy launch nowego konceptu handlowego MODIVO x eobuwie.pl, który w pełni wykorzystuje możliwości jakie daje mu omnichannel. Jednocześnie także sięgamy po marki, które dynamicznie budują swoją sieć. Przykładem tego są otwarcia m.in. 50Style, a ostatnio także Femestage, które zadebiutowało w grudniu tego roku, wynajmując lokal mający blisko 135 m kw. – wylicza.

Jak silna jest obecnie oferta Północnej widać w analizie tenant-mix’u. W asortymencie dostępne są takie brandy, jak m.in.: H&M, TK Maxx, Mango, MOHITO, Tatuum, Reserved, Cropp, House, Medicine, Kappahl, New Yorker, Lee Cooper, Guess, Lee/Wrangler, Diverse, Vistula, Greenpoint, Bytom. Ofertę obuwia i dodatków wypełniają natomiast sklepy m.in.: CCC, Deichmann, eobuwie.pl, Venezia, Wittchen, Wojas czy Ryłko, a mody sportowej: The North Face, New Balance, Puma, 4F, a także multibrandy: Sizeer, Intersport, Martes Sport.

– Rozwój oferty w ostatnich latach sprawił, że moda dominuje w tenant-mix’ie Północnej. Klienci mogą znaleźć w galerii niezwykle kompletną i dopełniającą się ofertę, w całości zbudowaną na najpopularniejszych na rynku sieciach odzieżowych, obuwniczych i sportowych. To sprawia, że galeria coraz częściej wybierana jest przez mieszkańców Warszawy na modowy shopping – mówi.

– Jak wynika z badań konsumenckich pracowni GfK, które galeria zleciła pod koniec 2021 roku, już co trzeci klient znajduje w Północnej wszystkie swoje ulubione sklepy, doceniając kompaktowy charakter oferty, także w obszarze *fashion*. Co więcej, aż 97% odwiedzających obiekt regularnie korzysta z jego oferty modowej, a 98% z oferty sklepów z butami i dodatkami. Są to wyniki porównywalne z największymi galeriami modowymi w Warszawie – dodaje.

Porównywalne jest także zainteresowanie najmem. – Północna postrzegana jest dziś przez marki jako jedna z najatrakcyjniejszych biznesowo lokalizacji w stolicy. Wpływ na to ma zarówno dynamiczny rozwój obiektu, który wiąże się z licznymi inwestycjami, jak również coraz mocniejsza lokalna pozycja galerii. Nie bez znaczenia jest także szeroki, obejmujący ponad 1 mln mieszkańców, chłonny rynek konsumencki, a także rozbudowująca się Białołęka, w której przybywa nowych realizacji deweloperskich, a co za tym idzie mieszkańców - potencjalnych klientów Północnej – zauważa **Katarzyna Żuchowska, Leasing Manager w GTC S.A.**

– Marki zwracają także uwagę na bardzo dobre wyniki jakie osiąga galeria, zwłaszcza w 2022 roku. Rosnące wskaźniki odwiedzalności i obrotów zapewniają nie tylko udany debiut, ale także dalszy rozwój. Przyciąga też już stworzony, prorodzinny tenant-mix, mocny nie tylko w obszarze *fashion*, ale także w innych segmentach, tworzący atrakcyjne otoczenie – dodaje.

– 2023 roku zapowiada się owocnie, także dla segmentu modowego. W toku są zaawansowane rozmowy z kolejnymi markami modowymi. Przed nami także kilka otwarć, które zaplanowane są na I kwartał przyszłego roku – mówi Katarzyna Żuchowska.

\*\*\*

**Galeria Północna** to nowoczesna, rodzinna galeria handlowa w północnej części Warszawy, pierwsza czwartej generacji w tej części miasta. Mający 64,8 tys. m kw. obiekt stworzony został z myślą o osobach uwielbiających zakupy, ale także aktywną formę spędzania czasu wolnego. Na ofertę galerii, obejmującą aż 15 segmentów, składa się dziś niemal 200 najemców. Tenant-mix Północnej wypełniają tak znane marki jak m.in.: H&M, Reserved, Sinsay, Mango, Guess, Kappahl, TK Maxx, HalfPrice, Tatuum, New Yorker, Vistula, CCC, Deichmann, MODIVO x eobuwie.pl, 4F, Puma, New Balance, Intersport, Martes Sport, Wittchen, Tous, W.KRUK, Apart, YES, Douglas, Rossmann, Sephora, Inglot, Empik, RTV Euro AGD, iSpot, Media Expert, Sony Center, Duka, home&you i Homla. Operatorem spożywczym galerii jest natomiast Carrefour. W centrum mieści się także fitness klub Zdrofit, 11-salowe kino Cinema City, a także 22 lokale gastronomiczne, które można znaleźć przy komfortowej strefie food court, w strefach relaksu na dachu, ale także przy alejach handlowych. Galeria Północna to centrum handlowe w stolicy posiadające największy ogród na dachu, w którym można znaleźć m.in. unikalną w skali światowej tężnię solankową, ogromne murale, w tym 3D i place zabaw dla dzieci. W obiekcie można podziwiać także światowej klasy sztukę - w centralnym punkcie galerii wznosi się najwyższa w Polsce, 22-metrowa rzeźba ze stali nierdzewnej „Wir” autorstwa Oskara Zięty. To także pierwszy obiekt w Warszawie zaprojektowany z tak dużą troską o środowisko, co potwierdza certyfikat LEED (Leadership in Energy & Environmental Design).

**Grupa GTC** jest wiodącym inwestorem i deweloperem działającym na rynku nieruchomości, koncentrującym się na Polsce i stolicach krajów Europy Środkowo-Wschodniej. W ciągu prawie 30 lat działalności, GTC wybudował w Europie Środkowo-Wschodniej 78 nowoczesnych obiektów biurowych i handlowych o wysokim standardzie, o łącznej powierzchni 1,4 mln m kw. Obecnie GTC aktywnie zarządza portfelem nieruchomości komercyjnych, na który składa się 43 budynków komercyjnych oferujących ok. 754 tys. m kw. powierzchni biurowej i handlowej do wynajęcia w Polsce, Węgrzech, Bukareszcie, Belgradzie, Zagrzebiu i Sofii. Ponadto Grupa realizuje 440 tys. m kw. powierzchni komercyjnej w stolicach Europy Środkowo Wschodniej, z których ponad 33 tys. m kw. są w trakcie budowy. Akcje GTC S.A. notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie oraz na Giełdzie Papierów Wartościowych w Johannesburgu.