

Informacja prasowa: 11-01-2023, Częstochowa

źródło: Biuro Prasowe Galerii Jurajskiej

Tomasz Pietrzak/Guarana PR

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

**„Garażówki” Galerii Jurajskiej hitem.**

**Uczą postaw eko i propagują drugi obieg**

**Galeria Jurajska stawia na popularyzację idei drugiego obiegu. Organizowane tam od 10 miesięcy wyprzedaże garażowe nie tylko przyciągają tłumy, ale są też praktyczną lekcją ekologii i zrównoważonego rozwoju dla mieszkańców regionu. Znalazły także swoje miejsce w strategii ESG obiektu.**

Ponad 50 tys. odwiedzających z całego regionu i niemal 600 sprzedawców na 10-ciu edycjach. Organizowane od kwietnia 2022 roku w Galerii Jurajskiej wyprzedaże garażowe przyciągnęły już tłumy kupujących, ale i sprzedających. Nie to jednak jest największym sukcesem wydarzenia.

Popularna lokalnie „garażówka” to praktyczna lekcja ekologii, dzięki której największe centrum handlowe w Częstochowie skutecznie propaguje wśród mieszkańców regionu m.in. idee drugiego obiegu i circular shopping, a także integruje swoje sąsiedztwo, tworząc społeczność, która wymienia się przedmiotami codziennego użytku.

– Centra handlowe od lat angażują się w edukację proekologiczną, która dziś jest też jednym z filarów strategii ESG. Kampanie informacyjne, warsztaty czy współprace z NGO to tylko niektóre z obszarów, w których aktywne są galerie. W Jurajskiej od słów przeszliśmy jednak do czynów, pokazując lokalnej społeczności, jak w praktyce racjonalnie i odpowiedzialnie pozbywać się nadmiaru rzeczy z domu – **mówi Violetta Dziubin-Łuszczyk, dyrektor marketingu Galerii Jurajskiej.**

– Wykorzystaliśmy do tego znaną z USA formułę „garage sale”, zachęcając do odsprzedawania, a nie wyrzucania. Raz w miesiącu zapraszamy do Jurajskiej mieszkańców, którzy chcą upłynnić rzeczy, które zalegają im w szafach czy garażach, a także osoby zainteresowane ich zakupem. Na jeden dzień nasz pasaż zamienia się wtedy w second hand i targ przedmiotów z drugiej ręki, często też vintage – dodaje.

W ten sposób mieszkańcy regionu od ponad 10 miesięcy sprzedają m.in. używane ubrania, buty i dodatki, które stanowią nawet 60% oferty, ubranka dla dzieci, ale także dekoracje do domu czy drobną, wciąż sprawną elektronikę. Na „garażówce” znaleźć można też przedmioty kolekcjonerskie, a także m.in. książki, płyty CD i winylowe oraz zabawki. Chętnych do kupowania nie brakuje, każdą wyprzedaż odwiedza od 4 do 6 tys. osób – podaje Galeria Jurajska.

– Za sprawą garażówki stworzyliśmy jedyną w naszym regionie bezpłatną platformę, dzięki której osoby, które nie są profesjonalnymi handlowcami mogą np. sprzedać niepotrzebne ubrania, używane książki czy zabawki. W ten sposób uczymy mieszkańców regionu, że te wciąż zdatne rzeczy zamiast wyrzucić na śmietnik, można podać dalej, znaleźć im nowy dom, a nawet poddać upcycligowi, a przy tym podbudować domowy budżet – mówi Violetta Dziubin-Łuszczyk.

Jak podkreślają przedstawiciele Jurajskiej, organizowane przez centrum wydarzenie, wpisuje się nie tylko w lokalne działania proekologiczne galerii czy wdrażaną strategię ESG obiektu, ale także w zmieniające się na rynku oczekiwania konsumenckie i trendy społeczne. Zakupy z drugiej ręki np. na garażówkach, w second handach czy na targach vintage i staroci stają się globalnym eko-fenomenem, zwłaszcza wśród młodych.

Już dziś niemal 41% konsumentów deklaruje, że kupuje używane rzeczy. Wśród pokolenia Gen Z trend ten nawet jest wyraźniejszy. 62% przyznaje, że w pierwszej kolejności szuka rzeczy, w tym ubrań, z drugiej ręki. Coraz więcej osób deklaruje także, że ich szafa jest już cyrkularna. Ponad połowa konsumentów zapewnia, że kupuje rzeczy nowe i jednocześnie też używane, a 74% świadome jest tego, że ich zakupowe wybory mają wpływ na środowisko – czytamy w „Resale Report” przygotowanym przez ThredUp.

– Projekt, który realizujemy od ponad 10 miesięcy, powstał w dużej mierze na fali zmieniających się w ostatnich 2-3 latach zachowań konsumenckich. Udowadniamy nim, że galeria handlowa, a więc miejsce, które kojarzy się ze sprzedażą nowych rzeczy i fast fashion, może być także przestrzenią, w której moda cyrkularna i generalnie drugi obieg znajduje swoje miejsce. Co więcej, centrum może być miejscem, które popularyzuje to zjawisko z korzyścią dla siebie, klienta, a przede wszystkim środowiska – zauważa Violetta Dziubin-Łuszczyk.

W styczniu 2023 Galeria Jurajska rozpoczęła II sezon „garażówek”. Jak zapowiadają jej przedstawiciele impreza na stałe także w tym roku wpisze się w kalendarz wydarzeń. Tradycyjnie sprzedawać będą na niej mieszkańcy, ale także osoby zajmujące się m.in. upcyclingiem ubrań czy repurpose. – Pierwsze garażówki organizowaliśmy ostrożnie, obserwując zainteresowanie nimi. Dziś jest to jedno z najważniejszych wydarzeń w naszym eko-kalendarzu, któremu dedykujemy zawsze drugą niedzielę niehandlową miesiąca – mówi.

Źródło: Galeria Jurajska/Guarana PR

Tagi: Galeria Jurajska, Częstochowa, GTC SA

\*\*\*

**Galeria Jurajska** to największe centrum handlowe w Częstochowie (49 tys. m kw. GLA). Działający od 2009 roku obiekt z roku na roku zyskuje na popularności. W efekcie dziś to najchętniej wybierana galeria w mieście i jedna z najpopularniejszych w regionie.  W Galerii Jurajskiej można znaleźć 200 sklepów, punktów usługowych i gastronomicznych oraz wielosalowe kino Cinema City. Ofertę wypełniają najpopularniejsze polskie i zagraniczne marki.  Swoje sklepy mają tutaj m.in. Grupa LPP (Reserved, Cropp, Home & You, House, Mohito, Sinsay), grupa Inditex (Zara, Bershka, Stradivarius, Massimo Dutti), H&M, TK Maxx, Mango, New Yorker, Douglas, Rossmann, Sephora, Super Pharm, Euro RTV AGD, Intersport, Empik, Smyk, Apart i wiele innych. W obiekcie działa także strefa rozrywki Bajkowy Labirynt. Operatorem spożywczym jest natomiast Biedronka. Do dyspozycji klientów Galerii Jurajskiej jest wielopoziomowy parking mogący pomieścić ponad 2330 samochodów, parking autokarowy, rowerowy, motocyklowy a także nowocześnie zaaranżowana strefa restauracyjna z wydzieloną przestrzenią wypoczynkową. Tuż przy galerii klienci znajdują natomiast nowocześnie zaaranżowany miejski ogród nad bulwarami Warty oraz parking autokarowy. We wnętrzu obiektu z kolei przygotowano dla nich kilka stref relaksu, w tym spektakularną strefę dydaktyczno-wypoczynkową z licznymi akwariami słono- i słodkowodnymi. Właścicielem galerii jest GTC S.A.

**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.