

**Informacja prasowa: 26-07-2023, Warszawa**

źródło: Biuro Prasowe Galerii Północnej

Tomasz Pietrzak/Guarana PR

tel. 509 106 256 mail. tomasz.pietrzak[at]guaranapr.pl

press room: gp.dlamediow.pl

**Galeria Północna z coraz większym rynkiem**

**Rynek konsumencki Galerii Północnej rozszerza się. Już dziś obejmuje swoim zasięgiem ponad 1 mln osób i wykracza daleko poza Warszawę. Takie wnioski płyną z badań, jakie dla centrum handlowego przeprowadziła pracownia GfK.**

Szczególnie mocną pozycję obiekt ma w północnych dzielnicach Warszawy, gdzie jest liderem. Tylko w pierwszej strefie zasięgu, w której znajduje się cała Białołęka, rynek Północnej obejmuje niemal 130 tys. potencjalnych klientów. Mieszkańcy tej dzielnicy stanowią już 60% odwiedzających Północną.

Przybywa także kupujących z innych części Warszawy. Coraz mocniejszą pozycję galeria ma na Targówku oraz Pradze Północ i Południe, gdzie mieszka łącznie ponad 369 tys. osób, będących w drugiej strefie zasięgu galerii. Już co dziesiąty kupujący w Północnej pochodzi z tych dzielnic – podaje GfK.

W ostatnich latach wzrosła także znacząco popularność Północnej w miejscowościach, które przylegają do północnych obrzeży Warszawy. Obiektowi przybywa klientów m.in. z Jabłonnej, Legionowa, Nowego Dworu Mazowieckiego czy Płońska. Kupujący spoza stolicy stanowią już ponad 14% odwiedzających Północną.

– Rynek galerii nieustannie się rozszerza. Umacniamy się w kluczowej dla nas pierwszej strefie zasięgu, stając się dla coraz większej liczby mieszkańców Białołęki i nie tylko centrum pierwszego wyboru na większy shopping, ale także codzienne zakupy – **mówi Roman Bugajczyk, dyrektor Galerii Północnej w Warszawie.**

– Jednocześnie wzmacniamy pozycję w pozostałych dzielnicach miasta, a także zdobywamy rynki na północ od Warszawy, przyciągając klientów z ościennych miejscowości, które zamieszkuje łącznie 232 tys. osób. Jest to ważny element rozwoju, dzięki któremu z galerii lokalnej przekształcamy się w obiekt o zasięgu regionalnym. Znajduje to też przełożenie na wskaźniki, w tym stabilnie rosnący footfall i wzrost obrotów, czego dowodem są wyniki za czerwiec tego roku – najlepsze w historii obiektu – mówi.

To znacząco podnosi konkurencyjność Północnej. Galeria dysponuje dziś bowiem rynkiem, który skalą porównywalny jest do tych, na których działają najwięksi, warszawscy gracze. – Rynek Galerii Północnej jest teraz jednym z najatrakcyjniejszych w stolicy, cechuje go także duży potencjał. I to z kilku powodów – mówi Roman Bugajczyk.

– Po pierwsze, Białołęka rośnie „od środka”, zyskując stale nowych mieszkańców. Pod względem liczby ludności dzielnica zajmuje już trzecie miejsce w Warszawie i pierwsze pod względem liczby realizowanych inwestycji deweloperskich, które przyciągają nowych mieszkańców. To także część miasta notująca największy przyrost naturalny. Daje to naszemu najbliższemu otoczeniu dobrą perspektywę – mówi.

– Z takim samym optymizmem patrzymy też na pozostałe dzielnice w naszym zasięgu oraz miasta ościenne. Dla wielu mieszkańców tych ostatnich już jesteśmy najchętniej wybieraną, warszawską destynacją zakupową, chociażby z uwagi na fakt, że Północna to najbliżej położony, tak duży obiekt handlowy, w dodatku świetnie skomunikowany z całym regionem. Kupujących przyciąga też bogata i zróżnicowana oferta handlowa i rozrywkowa, a także to, że znajduje tu wiele niestandardowych atrakcji, w tym np. mające 5 tys. m kw. powierzchni ogrody na dachu galerii z m.in. alejami spacerowymi, placami zabaw, tężnią solankową i ze strefą gastronomiczną – mówi.

Ale o atrakcyjności rynku Północnej decyduje nie tylko jego skala. Wartość rynku dla handlu detalicznego w całym realnym catchmencie Północnej wynosi już ponad 18,5 mld zł rocznie, co przekłada się na 18 074 zł rocznych wydatków w handlu detalicznym w przeliczeniu na 1 mieszkańca. To aż o 49% powyżej średniej krajowej, czytamy w analizach GfK dla Galerii Północnej.

Najwięcej mieszkańcy rynku Północnej wydają na żywność 8565 zł w przeliczeniu na 1 mieszkańca/rocznie. Drugie miejsce zajmują wydatki na ubrania 1953 zł, meble 1831 zł, DIY 1687 zł, gastronomia 1537 zł, elektronika 1199 zł i rozrywka 1109 zł. Są to wydatki zbliżone do średnich rocznych wydatków na osobę notowanych w całej Warszawie.

To daje wiele możliwości najemcom. – Rynek, na którym działa Północna jest przyjazny markom. Te brandy, które już zdecydowały się na obecność w Północnej, doceniają w nim zarówno jego szerokość i chłonność, jak również jego perspektywiczność. W połączeniu z ogromnym potencjałem Północnej, popularnością, zróżnicowanym tenant-mix’em i mocną pozycją galerii, pozwala on markom skutecznie rozwijać się – dodaje.

Źródło: Galeria Północna/Guarana PR

Tagi: Galeria Północna, GTC SA

\*\*\*

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 posiadające jedne z największych w stolicy ogrody na dachu, w których 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.