

**Informacja prasowa: 22-11-2023, Warszawa**

źródło: Biuro Prasowe Galerii Północnej

Tomasz Pietrzak/Guarana PR

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

**Polacy ruszyli na promocje „black”.
To może być rekordowy sezon**

**Jak podaje Boston Consulting Group, co trzeci Polak odwiedzi w listopadzie sklepy, żeby zrobić zakupy na promocjach „Black Friday. Trwa właśnie jeden z najgorętszych sezonów handlowych w tym roku.**

Promocje spod znaku „black” opanowują sklepy. W witrynach już można znaleźć rabaty sygnowane jako „Black Week”, „Black Friday”, a często także „Black Month”. Marki prześcigają się także w skali zniżek. Jak oceniają przedstawiciele rynku retail, tegoroczny sezon ma szansę być rekordowym i to nie tylko z uwagi na rabaty.

– „Czarne” promocje zadomowiły się na dobre w handlu. Co więcej, znalazły dla siebie nową formułę. Większość marek odeszła już od jednodniowych przecen na rzecz weekendowych, tygodniowych, a w wielu sklepach widać nawet miesięczny maraton obniżek – **mówi Barbara Andrzejewska, marketing manager Galerii Północnej.**

– Sezon więc z roku na rok się wydłuża i trudno już mówić tylko o „czarnym piątku”, raczej mamy do czynienia z „czarnym listopadem”. Rosną także promocje. Kiedyś dla „Black Friday” typowe były zniżki sięgające 10-15%, dziś marki przygotowują okresowe rabaty, które osiągają poziom nawet 70% i więcej – dodaje. Nic więc dziwnego, że handlowcy spodziewają się w sklepach tłumów.

– Wszechobecne zniżki sprawiają, że coraz więcej osób wykorzystuje „czarne” promocje do zrobienia zakupów przedświątecznych, zwłaszcza prezentowych. Ponadto konsumenci ruszają dziś do sklepów po rzeczy, które w ostatnich dwóch latach znacząco podrożały, a teraz są dostępne w niższych, często przedinflacyjnych cenach – mówi Barbara Andrzejewska.

– „Black” to także tradycyjnie sezon łowców okazji, którzy w ostatnich miesiącach celowo „zamrozili” swoje większe wydatki, np. na elektronikę, sprzęty RTV i AGD czy ubrania, a teraz decydują się sfinalizować zakup upatrzonej wcześniej rzeczy, która dostępna jest ze zniżką – mówi. Ale jest jeszcze jeden powód, który nakręci zainteresowanie tegorocznymi promocjami.

– Pojawienie się, a następnie rozwój formuły „czarnych” promocji sprawił, że w tym roku rekordowo wcześnie zaczął się sezon świątecznych zakupów. Ruch, który obecnie obserwujemy np. w galeriach handlowych, wynika zarówno z promocji „Black”, jak również z tego, że konsumenci już przygotowują się do świąt, dzieląc wydatki na listopad i grudzień. Dostępne teraz promocje im to ułatwiają – mówi.

Tradycyjnie szczytu zakupowego handlowcy spodziewają się w ostatni piątek listopada (24.11), kiedy to najwięcej sklepów przystąpi do trwającego „Black Week”. Wtedy też pojawi się najwięcej zniżek, zwłaszcza w sklepach z ubraniami i dodatkami, w drogeriach czy w sklepach z zabawkami, które często swoje promocje utrzymują w tajemnicy do ostatniej chwili.

Rok temu chęć udziału w czarnopiątkowych zakupach zadeklarowało aż 60% konsumentów – taki wynik przyniosło wówczas badanie firmy Klarna, zrealizowane w 17 krajach, w tym w Polsce. W tym roku, jak podaje Boston Consulting Group, odsetek ten wynosi aż 78%.

– Inflacja i wzrost kosztów życia zmieniły stosunek Polaków do zakupów. Staliśmy się „price shopperami”. Konsumenci zaczęli nie tylko bardziej oszczędzać, ale przede wszystkim skłaniać się ku różnym okazjom, promocjom i przecenom. Sezon „Black”, wchodzący tuż przed świętami, wpisuje się więc w ten prooszczędnościowy trend – podsumowuje przedstawicielka Galerii Północnej.

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, 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, 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 24 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 jednej 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.