

Warszawa, 25 czerwca 2025 r.

Informacja prasowa

8 prestiżowych statuetek SOLAL Awards w rękach Apsys!

3 złote i 5 srebrnych to nagrody, które zdobył Apsys Polska w tegorocznej edycji konkursu SOLAL Marketing Awards. Uroczyste wręczenie nagród i poprzedzająca je konferencja miały miejsce 17 czerwca w Warszawie. Konkurs przeznaczony jest dla wszystkich uczestników rynku centrów handlowych i szeroko rozumianych projektów mixed use.

SOLAL Awards to mający wieloletnią tradycję konkurs wyróżniający najlepsze kampanie marketingowe na rynkach handlowych w Europie, Afryce Południowej i Kanadzie. W tym roku powrócił po kilkuletniej przerwie w odświeżonej formule. Dzięki rygorystycznemu i rzetelnemu systemowi oceniania prowadzonemu przez jury, w którego składzie zasiada 20 czołowych ekspertów branży reprezentujących 14 krajów, nagrody przez lata zyskały wyjątkowy prestiż i często nazywane są marketingowymi Oscarami dla centrów handlowych.

*– Dzisiejszy marketing w centrach handlowych to coś znacznie więcej niż promocje czy kampanie sezonowe. To uważne słuchanie klientów, śledzenie trendów i szybkie reagowanie na zmieniające się potrzeby. Dobrze zaprojektowane działania marketingowe wspierają zarówno sprzedaż, jak i budują silną więź między centrum a lokalną społecznością. W Apsys patrzymy na marketing jak na narzędzie, które nie tylko napędza odwiedzalność, ale też realnie wpływa na jakość miejskiej przestrzeni i codzienne doświadczenia naszych klientów. Każdy projekt to dla nas okazja do współtworzenia czegoś wartościowego dla odwiedzających, najemców i właścicieli – mówi **Agnieszka Tomczak-Tuzińska, Dyrektorka Marketingu Apsys Polska.***

W tegorocznej edycji SOLAL Awards Apsys Polska otrzymał aż 8 nagród (trzy złote i 5 srebrnych) w 5 kategoriach. Po trzy nagrody przyznano łódzkiej Manufakturze i Posnaniu w Poznaniu, a dwie kolejne trafiły do Galerii Katowickiej.

Złotą statuettę SOLAL w kategorii „Centre Opening & Refurbishment” otrzymała Posnania za kampanię otwarcia pierwszego food hallu Apsys - Food Fyrtla w Poznaniu. Kreatywna kampania, która objęła marketing tradycyjny, digital i współpracę z influencerami sprawiła, że w zaledwie kilka tygodni od otwarcia Food Fyrtel stał się nowym centrum lifestylowym i kulinarnym Poznania. Drugi złoty SOLAL trafił do Apsys w kategorii CSR za kampanię „Karetka dla wcześniaków” łódzkiej Manufaktury. To wyjątkowa inicjatywa, która łącząc rozrywkę z dawką adrenaliny zintegrowała lokalną społeczność wokół wspólnego celu - zakupu pierwszego w Polsce ambulansu kontenerowego dla Centrum Zdrowia Matki i Dziecka w Łodzi. Trzecie złoto Apsys otrzymał w kategorii „Placemaking” za projekt „Dogbar w Galerii Katowickiej”. Przy współpracy z psim psychologiem i behawiorystą w strefie gastronomicznej Galerii Katowickiej powstała pierwsza w centrum handlowym w Polsce, specjalnie wydzielona przestrzeń dla czworonogów i ich właścicieli.

Dwie srebrne statuetki Apsys zdobył w kategorii „Tactical marketing”. Pierwszą otrzymała Manufaktura za całoroczną kampanię prospożycielską „Manufaktura na talerzu”, promującą restauracje funkcjonujące na rynku Manufaktury. W ramach działań centrum zorganizowało aż 15 różnorodnych akcji kulinarnych, wspierających działanie lokali gastronomicznych. Drugi srebrny SOLAL w tej kategorii trafił do Poznania za kampanię 360° „Serialove Love” wykorzystującą siłę popkultury i przenoszącą klientów w świat najpopularniejszych seriali Netflixa.

Również dwie srebrne statuetki SOLAL jury konkursowe przyznało Apsys w kategorii „Strategic marketing”. Pierwszą za zrealizowaną w Poznaniu kompleksową strategię komunikacji obiektu, której fundamentem było zakorzenienie w lokalności. W kampanii wykorzystano lokalne symbole i kultowe miejsca Poznania, tworząc oryginalny język podkreślający ikoniczność galerii i jej związek z miastem. Druga srebrna statuetka w kategorii „Strategic marketing” trafiła do Manufaktury za kampanię wizerunkową „600 obrazów na 600 lat Łodzi”. W inicjatywę zaangażowano artystów z całego świata, którzy na podobrazach wyprodukowanych na starych krosnach znajdujących się w Muzeum Fabryki w Manufakturze, stworzyli unikalne prace, które następnie stały się elementem wystaw i wernisaży w przestrzeniach publicznych w pobliżu Manufaktury.

Srebrny SOLAL Apsys otrzymał także w kategorii CSR za projekt zrealizowany w Galerii Katowickiej, który pod wspólnym hasłem „To miasto zielenieje” skupiał inicjatywy promujące ekologię, zrównoważony rozwój i współpracę z lokalnymi społecznościami. Wśród zrealizowanych działań były m.in.: stworzenie miejskiej farmy, z której plonów mogli korzystać klienci centrum, cykliczne zbiórki ubrań przez podmioty, które nadają im drugie życie czy stworzenie eko-muralu.

- *Od zawsze chcieliśmy tworzyć miejsca, które mają znaczenie. Nie tylko inwestycyjnie, ale przede wszystkim społecznie i kulturowo. Projekty zarządzane przez Apsys to coś więcej niż przestrzeń do robienia zakupów. To żywe, zrównoważone miejsca, które integrują społeczność, inspirują i zmieniają codzienność na lepsze. Nagrodzone kampanie są dla nas kolejnym potwierdzeniem, że obrany kierunek ma sens. Działając z odwagą, troską i w zgodzie z najwyższymi standardami, możemy naprawdę wpływać na to, jak wyglądają i funkcjonują współczesne miasta. Jesteśmy wdzięczni za zaufanie jakim obdarzyli Apsys po raz kolejny nasi partnerzy – Union Investment właściciel Manufaktury oraz Savills Investment Management reprezentujący Galerię Katowicką. To dzięki ich otwartości możemy realizować nowatorskie i niestandardowe działania -* **podkreśla Justyna Kur, Vice Prezeska i Dyrektorka Działu Zarządzania Nieruchomościami Apsys Polska.**

APSYS jest jednym z wiodących operatorów branży nieruchomości komercyjnych w Polsce i we Francji. Spółka realizuje działania w segmencie nieruchomości handlowych, projektach mixed-use oraz inwestycjach mieszkaniowych. Firma powstała w 1996 roku i działa jako inwestor, deweloper, agent ds. najmu, menadżer projektu oraz zarządca nieruchomości. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu i specjalistycznej wiedzy wszystkie działania, niezależnie od wielkości i lokalizacji poszczególnych nieruchomości, są dopasowane do ich specyfiki. Do największych inwestycji organizacji w Polsce należą Posnania w Poznaniu i Manufaktura w Łodzi. APSYS Polska zarządza obecnie ponad 700 000 mkw. GLA w 16 obiektach handlowych zlokalizowanych w 12 największych miastach. Apsys prowadzi także inwestycje mieszkaniowe - Solea Mieszkania przy Wyścigach na warszawskim Mokotowie oraz Ogrody Staromiejskie i Wrocławskie Lofty w centrum Wrocławia. Apsys Polska prowadzi również foodhall w Poznaniu. Więcej informacji: www.apsys.pl