

Poznań, 15 kwietnia 2020 r.

## **Posnania jednoczy się z klientami w czasie epidemii**

**SARS-CoV-2 okazał się „czarnym łabędziem” naszych czasów. Chwytny termin wprowadził do popkultury Nassim Nicholas Taleb, amerykański inwestor, teoretyk rynku, filozof i eseista, który opisał go, jako wydarzenie, które spada na nas nagle i odciska ogromne piętno na naszym życiu. „Czarne łabędzie” trudno przewidzieć, a ich pojawianie się zmienia koordynatę ścieżki, którą podąża cywilizacja. Sytuacja z jaką mierzymy się jest bezprecedensowa w najnowszej historii świata, w takich momentach mamy szansę pokazać się z jak najlepszej strony. Posnania staje murem za swoimi klientami i służbą zdrowia.**

*- Posnania nie zapomina o swoich klientach, nie zapomina o tym, że jest częścią tkanki społecznej. Nie mogliśmy stać z boku i przyglądać się sytuacji z bezpiecznej odległości. Postanowiliśmy działać na kilku płaszczyznach. Zaangażowaliśmy się w bezpośrednią pomoc dla sąsiadującej z nami placówki medycznej, a także w działalność społeczną, która pomaga nam wszystkim przetrwać ten trudny czas zamknięcia w czterech ścianach – mówi Dyrektor Posnania Marek Ćwiek.*

### **Współpraca z Caritasem i pomoc dla szpitala zakaźnego**

Pozostając w wirtualnym kontakcie z wierną rzeszą klientów Posnania agituje za pośrednictwem facebookowego profilu na rzecz Caritasu. Zachęca ich do wstępowania w szeregi wolontariuszy organizacji charytatywnej, którzy niosą pomoc seniorom w czasie izolacji społecznej. Najstarsze pokolenie jest szczególnie narażone na atak koronawirusa, ze względu na dość powszechnie występujące wśród seniorów i senierek choroby towarzyszące oraz stosunkowo niską odporność.

Posnania zaangażowała się też w bezinteresowną pomoc dla osób stojących w pierwszej linii na froncie walki z koronawirusem, dlatego wsparła pielęgniarki pracujące w szpitalu zakaźnym. Do poznańskiego Wielospecjalistycznego Szpitala Miejskiego im. Józefa Strusia z Zakładem Opiekuńczo - Leczniczym SPOZ, który pełni obecnie rolę głównego szpitala zakaźnego w Poznaniu, centrum przekazało wodę, napoje, przekąski oraz produkty higieniczne.

*- Zdajemy sobie sprawę, że potrzeby szpitali są obecnie ogromne. Dlatego postanowiliśmy choć trochę pomóc placówce, która znajduje się najbliżej nas, po sąsiedzku na ul. Szwajcarskiej. Przekazaliśmy produkty żywnościowe, które na co dzień oferujemy Klientom w strefie Premium Lounge Posnania oraz produkty higieniczne pierwszej potrzeby przekazane przez Super-Pharm w Posnaniu. Mamy nadzieję, że przydadzą się pielęgniarkom, które wraz z innymi pracownikami ochrony zdrowia są szczególnie narażeni na ryzyko zarażenia się koronawirusem, a mimo to dzielnie wspierają chorych na COVID-19 – mówi Agnieszka Juszkiś, Dyrektorka Marketingu Posnania.*

### **Troska o klientów**

Posnania wykorzystuje również swe zasoby, by zadbać o dobrostan swoich klientów zamkniętych w domach. Zachęca ich, by wykorzystali ten czas w ciekawy sposób. Inicjatywa #zróbtowdomu, która

wystartowała 30 marca w kanałach social media Posnania, ma na celu inspirować mieszkańców Poznania do tego, aby nie wychodząc z domu, nie dali się nudzić.

Na swoich profilach na Facebooku i Instagramie Posnania regularnie publikuje materiały tworzone z udziałem pracowników i najemców. Stylistki Posnania – Sylwia Buda i Paulina Mikulska podpowiadają, jak zrobić wiosenny detoks szafy, a makijażystka Magdalena Marcinek przygotowała specjalny wideoporadnik. Pojawiły się też inspiracje modowe, urodowe, kulinarne i kulturalne. Centrum zadbało też o osoby 60+, zachęcając ich do pozostania w domu. Za pośrednictwem regularnych wpisów na Facebooku Barbara Fiałkowska, poznańska modelka i tancerka, łamiąc wszelkie stereotypy dotyczące wieku, inspirowała ich do różnej aktywności.

Ponadto w odpowiedzi na bieżące potrzeby poznaniaków sklep Carrefour w Posnania wprowadził z końcem marca nową usługę - zakupy na telefon. Jej celem jest zadbanie o bezpieczeństwo klientów oraz ich bliskich. Udogodnienie sprawia, że mogą zminimalizować kontakt z innymi osobami, co w obecnej sytuacji szczególnie się zaleca. Wystarczy złożyć zamówienie przez telefon, a następnie je odebrać. Od tego momentu robienie zakupów nie wymaga fizycznej obecności klientów w sklepie, dzięki temu możliwe jest zachowanie bezpiecznego dystansu między kupującymi.

Skorzystanie z nowej usługi to również okazja, aby wesprzeć mieszkających w sąsiedztwie seniorów i seniorki. Można ich zamówienie dołączyć do własnej listy zakupów, a potem dostarczyć pod drzwi niezbędne produkty. To gest, który może ochronić zdrowie, a nawet życie.

Walka z koronawirusem nie będzie łatwa, potrwa długo i wiele zmieni w naszym życiu, jeśli jednak każdy weźmie nieco odpowiedzialności za innych na swoje barki wówczas wyjdziemy z niej wzmocnieni. Szczególna odpowiedzialność spada na tych członków życia społecznego, którzy mają możliwość wpływania na podejmowane przez ludzi decyzje. Posnania nie ucieka od odpowiedzialności, dlatego wspiera służbę zdrowia, wdraża liczne rozwiązania podnoszące poziom bezpieczeństwa klientów, a ponadto stara się kształtować właściwe praktyki i postawy społeczne.

**Kontakt dla mediów:**

Michalina Dolińska

Rzecznik Prasowy Posnania

#all about lifestyle

email: [md@qacomunications.com](mailto:md@qacomunications.com)

tel. 881 931 300

## O Posnaniu

**Posnania** to nowoczesne miejsce, które łączy funkcje zakupowe, usługowe, rekreacyjne i rozrywkowe. Szeroka oferta prezentowana na **100 tys. m<sup>2</sup>** nowoczesnej powierzchni obejmuje **300 marek** lokalnych i globalnych, w tym modę, usługi, restauracje i kawiarnie, multiplex, klub bilardowy i kręgielnię, fitness z basenem oraz place zabaw dla dzieci.

**#all about lifestyle** podkreśla unikatowy charakter Posnania jako miejsca stawiającego na lifestyle, w którym można spędzić swój wolny czas, popracować czy poznać najnowsze trendy w modzie i kulturze.

Posnanię wyróżnia nowoczesna architektura, design oraz instalacje artystyczne, ponadstandardowa obsługa klientów oraz usługi oparte na technologiach i multimediami, które razem składają się na unikalny „**customer experience**”.

Posnania została wielokrotnie nagrodzona w międzynarodowych konkursach branżowych. Są to nagrody: Gold Solal Marketing Award, Best Tactical Activation Campaign 2019 – ICSC, Silver Solal Marketing Award, Best CSR Campaign 2019 – ICSC, The Best Prosale Campaign 2019 – PRCH, The Best Internet Campaign 2019 – PRCH, The Best Prosale Campaign 2018 – PRCH, Silver Solal Marketing Award, Brand Awareness Campaign 2018 – ICSC, Best New Development, Extra Large Centers 2018 – ICSC, Best of the Best Honoree, Opening Campaign 2018 – ICSC VIVA, New Shopping Center of the Year 2017 – Eurobuild, Best New Shopping Center, Extra Large 2017 – PRCH, Marketing Award, Opening Campaign 2017 – PRCH, Gold Solal Marketing Award, Opening Campaign 2017 – ICSC, Gold Solal Marketing Award, Brand Awareness Campaign 2017 – ICSC, Best Shopping Center 2016 – CEE Retail Awards, Europa Property, Best Retail Development of the Year 2016 – CiJ Awards, Retail Project of the Year 2016 – CEE Investment&Green Building Awards, Europa Property, Best Development in Europe 2015 – International Property Awards.

**APSYS** jest jednym z wiodących operatorów branży centrów handlowych w Polsce i we Francji. Firma powstała w 1996 roku i działa jako inwestor, deweloper, agent ds. najmu, menadżer projektu oraz zarządca nieruchomości. Tworzy innowacyjne, „szyte na miarę” projekty uwzględniające specyfikę danego miejsca, kontekst społeczny oraz środowisko naturalne. Do największych inwestycji firmy należą Manufaktura w Łodzi oraz Posnania w Poznaniu.

**APSYS** Polska zarządza obecnie 1 100 000 mkw. GLA w 25 centrach handlowych zlokalizowanych w 17 największych miastach w Polsce. Firma i jej projekty były wielokrotnie nagradzane przez PRCH, ICSC, Europa Property oraz CiJ w dziedzinach rozwoju, zarządzania oraz marketingu.