



**Na ulicach Torunia pojawiły się nowe plakaty, zachęcające mieszkańców do odwiedzania targowisk i korzystania z szerokiej oferty świeżych produktów prosto od lokalnych dostawców. To początek aktywizacji toruńskich bazarów.**

Kampania reklamowa, którą Urbitor rozpoczął w październiku 2024 r., właśnie weszła w II etap. Plakaty można zobaczyć na słupach ogłoszeniowych oraz wiatkach przystankowych w różnych częściach miasta - promocja targowisk ma dotrzeć do jak najszerzej grupy torunian. Autorem plakatów jest znany toruński rysownik Marcin Treichel.

Targowiska miejskie w Toruniu: przy ul. Szosa Chełmińska, Mickiewicza, Okólnej, a także targowisko Manhattan na Rubinkowie, są od lat stałymi elementami codziennego życia mieszkańców. Lokalni przedsiębiorcy oferują tam ponad 800 punktów sprzedaży drobnodetalicznej, a największe z nich odwiedza codziennie nawet do 7 tys. osób. - *Targowiska to nie tylko miejsca handlu, wymiany towarów, ale również informacji i opinii. Miejsca spotkań różnych grup wiekowych, ale także jedne z niewielu punktów styczności społeczności miejskiej z wiejską. Dostrzegam*

*potencjał takich miejsc. Zastanawiamy się, jak go w pełni wykorzystać, uwzględniając fakt, że w ostatnich latach obserwujemy trend, zwrot ku zrównoważonemu i ekologicznemu stylowi życia* – **podkreśla rolę targowisk w mieście prezydent Paweł Gulewski.**

Choć targowiska w Toruniu funkcjonują od lat, warto przypominać o ich istnieniu i oferowanym szerokim asortymencie. Stąd pomysł na zupełnie nową, niecodzienną inicjatywę - kampanię reklamową promującą zakupy w tych miejscach. – *Nie słyszałem o podobnych inicjatywach w innych miastach, więc można śmiało powiedzieć, że to pewnego rodzaju eksperyment. Jednocześnie głęboko wierzymy w jego sukces* – **tłumaczy Rafał Lachowicz, prezes spółki Urbitor.** – *W ten sposób wspieramy lokalnych kupców, którzy często nie mają środków na promocję swoich stoisk. Naszym celem jest zwiększenie ich widoczności i zachęcenie torunian do częstszych wizyt na targowiskach. Liczymy na to, że oferta bazarów spotka się z zainteresowaniem nie tylko seniorów, którzy doskonale znają te miejsca, ale także młodszych mieszkańców, którzy do tej pory nie odkryli wszystkich korzyści płynących z zakupów w tych wyjątkowych miejscach.*

Po raz pierwszy akcja promocyjna objęła targowisko Manhattan, które od stycznia 2025 r. dołączyło do grona targowisk miejskich, prowadzonych przez Urbitor. Targowisko funkcjonuje przy ul. Działowskiego od 30 lat i do tej pory jego zarządcą było Stowarzyszenie Handlowców Manhattan. Centralizacja procesów zarządczych w zakresie prowadzenia i utrzymania miejskich targowisk, maksymalne wykorzystanie potencjału terenu Manhattanu oraz stworzenie komfortowych warunków dla kupców i klientów – to cele Pawła Gulewskiego dotyczące funkcjonowania targowiska na Rubinkowie.

– *Targowisko Manhattan to doskonały przykład miejsca, które od lat stanowi serce lokalnej społeczności* – podkreśla Rafał Lachowicz. – *Chcemy, aby jeszcze więcej torunian odkryło jego potencjał. Naprawdę świetne miejsce, które zyskało dużą popularność, a jego oferta jest bardzo zróżnicowana. I nie jest to tylko kwestia jakości, ale także przyjemność z kontaktu z lokalnymi sprzedawcami i atmosferą prawdziwego rynku.*

Nowe plakaty to kolejny krok w budowaniu świadomości o możliwościach, jakie oferują targowiska. Narzędzia marketingowe wykorzystane w kampanii mają pomóc kupcom w tworzeniu stabilnych warunków do rozwoju ich biznesów. Pomysł zyskał uznanie wśród handlowców z Manhattanu: – *Plakaty są bardzo oryginalne, wesole,*

*kolorowe i przyciągają uwagę – komentuje Krystyna Gagucka, która na Manhattanie handluje od ponad 30 lat. – Jestem tu od początku i widzę jak ten handel się zmienia, jak się kurczy. Kiedyś nie mogliśmy zamknąć sklepu o 18:00, bo było pełno ludzi. Teraz są dni, że plac świeci pustkami. Przyda się nam każde wsparcie i liczymy na nowego zarządcę. Bardzo czekamy na nowych klientów.*

Kampania potrwa miesiąc i w najbliższym czasie będzie kontynuowana również w mediach społecznościowych, by dotrzeć do jak najszerszej grupy odbiorców.

---

W czasach, gdy coraz więcej osób zwraca uwagę na zrównoważony rozwój, to właśnie lokalność oraz jakość życia – przestrzenie, które łączą ludzi, wspierają zdrowe i ekologiczne nawyki, a także promują integrację społeczną, stają się istotnym filarem budowania tzw. szczęśliwych miast. Targowiska mogą być jego ważnym elementem. - *Możliwość zakupu świeżych, lokalnych produktów bezpośrednio od producentów zmniejsza potrzebę transportu, co ogranicza emisję CO<sub>2</sub> i wspiera lokalne rolnictwo – tłumaczy Rafał Lachowicz. – Zwracamy uwagę na liczne zalety zakupów na targowiskach, takie jak świeżość produktów, mniejsza zawartość chemii w żywności oraz możliwość bezpośredniego kontaktu z producentami. Taki model handlu wnosi do miast bardziej ludzką i transparentną formę relacji, a dodatkowo daje możliwość do negocjacji cen.*

Raporty pokazują, że miasta przyszłości będą coraz bardziej dążyły do realizacji idei gospodarki o obiegu zamkniętym, a targowiska mogą być ważnym elementem tej transformacji. - *Co więcej, poprzez wspieranie lokalnych producentów, promowanie ekologicznych produktów i redukcję nadmiarowych opakowań, targowiska mogą stać się prawdziwymi centrami zrównoważonej konsumpcji – wyjaśnia prezes Lachowicz. - Dodatkowo, integracja takich rozwiązań, jak dzielenie się produktami, wymiana czy naprawy, to kolejny krok w stronę bardziej zrównoważonych miast. Dlatego naszym zdaniem warto inwestować w rozwój takich przestrzeni, które nie tylko odpowiadają na współczesne wyzwania, ale także budują fundamenty dla przyszłych, zrównoważonych i harmonijnych społeczności miejskich.*

W społeczeństwie, które coraz bardziej docenia wartość jakości życia, targowiska mogą stać się miejscem nie tylko zakupów, ale także relaksu, interakcji społecznych i edukacji. W miastach, które jak Toruń stawiają na dobrostan swoich mieszkańców, takie przestrzenie pozwalają na budowanie poczucia wspólnoty, zdrowia i zrównoważonego rozwoju. W przyszłości mogą być także miejscami edukacyjnymi,

które promują wiedzę o zrównoważonym rolnictwie, ochronie środowiska oraz zdrowym stylu życia. W ramach tej kampanii Urbitor planuje nie tylko promocję w przestrzeni miejskiej, ale także organizację wydarzeń związanych z sezonowością plonów, happeningów i jarmarków.

- [Powrót](#)
- [Udostępnij na: X](#)
- [Udostępnij na: FB](#)
- [Drukuj](#)
- [PDF](#)