Warszawa, 18 grudnia 2023 r.

**Lagardère Travel Retail z nowym salonem Relay
w biurowcu Varso Tower**

**Spółka Lagardère Travel Retail w Polsce właśnie otworzyła nowy salon prasowy w prestiżowej lokalizacji – biurowcu Varso Tower w samym sercu stolicy. Lokal funkcjonujący pod szyldem Relay jest pierwszym punktem tej renomowanej sieci występującym poza segmentem travel. Jak informuje spółka, to nie jedyna inwestycja poczyniona przez lidera rynku travel retail na zakończenie 2023 roku.**

Relay, największa sieć sprzedaży prasy zlokalizowana w węzłach komunikacyjnych takich jak dworce, lotniska i stacje metra, otworzyła się dla pierwszych klientów poza segmentem travel. Od 12 grudnia nowy lokal pod tym szyldem funkcjonuje w najwyższym biurowcu w Unii Europejskiej - Varso Tower. Salon prasowy tej cenionej przez klientów sieci odpowie na potrzeby pracowników prestiżowego biurowca, a także mieszkańców miasta i turystów odwiedzających najwyższy w Polsce taras widokowy położony na wysokości 230 metrów.

Nowy sklep marki Relay to 51 mkw. w najnowszym formacie news & gifts. Od klasycznego konceptu odróżnia go m.in. nowocześniejsze wnętrze i czytelny podział na kategorie, dzięki czemu sklep jest jaśniejszy, bardziej przestronny, a klient łatwiej się w nim porusza.

**Asortyment skrojony według potrzeb**

Asortyment salonu Relay kompleksowo łączy ofertę „one stop shop” z produktami dedykowanymi turystom. Obok szerokiego wyboru tytułów prasowych krajowych i zagranicznych, starannie wyselekcjonowanych książek, artykułów spożywczych, tytoniowych i akcesoriów dla podróżnych, pojawiły się również pamiątki i inne drobiazgi nawiązujące do lokalnych atrakcji i tradycji.

- *Relay to flagowy format Lagardère Travel Retail oferujący produkty niezbędne w podróży, jednak wraz ze zmieniającymi się potrzebami społeczeństwa, koncept stale ewoluuje, stając się coraz bardziej „convenience”. Dlatego też, naturalnie, postanowiliśmy po raz pierwszy przetestować go również poza węzłami komunikacyjnymi i na to posunięcie wybraliśmy centralnie zlokalizowany, prestiżowy budynek, jakim jest Varso Tower -* mówi **Dariusz Sinkiewicz, Dyrektor Zarządzający ds. Handlowych i Innowacji w Lagardère Travel Retail w Polsce. -** *Staramy się zwracać szczególną uwagę na potrzeby odbiorców w danej lokalizacji, dlatego poszczególne punkty sieci Relay różnią się między sobą – w jednym miejscu uwypuklamy ofertę książek, w innym pamiątki czy drobną elektronikę*. *W przypadku Varso postawiliśmy na prasę, wyroby tytoniowe, a także książki, pamiątki oraz akcesoria travel, bo tego właśnie potrzebuje mieszkaniec dużego miasta będący w drodze do pracy czy turysta odwiedzający Warszawę z wieloma atrakcjami w planie dnia* – dodaje Sinkiewicz.

Na polskim rynku pod szyldem Relay funkcjonuje już ponad 100 salonów, z czego osiem zostało otwartych tylko w IV kwartale 2023 r. Poza stolicą nowe salony tej sieci pojawiły się m.in. w Krakowie, Łodzi, Gdańsku czy w Siedlcach.

Relay to, obok Inmedio, So Coffee, Aelia Duty Free czy 1Minute Smacznego!, kluczowa marka w portfolio Lagardère Travel Retail w Polsce. Jak informuje spółka, tylko w ostatnim kwartale 2023 r. zaplanowano aż 40 otwarć i reinwestycji, z czego aż 20 lokali pojawi się w zupełnie nowych lokalizacjach, m.in. na lotniskach, w parkach handlowych, biurowcach czy w lokalizacjach miejskich.

**Lagardère Travel Retail** to globalny lider branży travel retail, który w ramach linii Travel Essentials, Duty Free & Fashion oraz Foodservice zarządza siecią ponad 5 tys. sklepów działających na lotniskach, dworcach kolejowych i w innych przestrzeniach koncesjonowanych w 42 krajach i regionach. W 2022 r. sprzedaż Grupy (100%) wyniosła 5,2 mld euro. W Polsce Lagardère Travel Retail działa od 1997 r. – do 2015 r. jako HDS Polska – i rozwija się także w lokalizacjach typowo handlowych (centra, ulice, parki handlowe itd.). W sumie Lagardère Travel Retail w Polsce zarządza siecią ok. 1000 różnorodnych punktów sprzedaży pod 40 markami takimi jak InMedio, So Coffee, Relay, Aelia Duty Free, 1Minute i inne. Szeroka oferta kreatywnych, szytych na miarę konceptów handlowych wynika wprost z misji firmy, która opiera się na elastycznym odpowiadaniu na potrzeby partnerów biznesowych i ich klientów. Lagardère Travel Retail realizuje tę misję w sposób zrównoważony. W 2019 r. spółka przyjęła globalną strategię PEPS (Planet, Ethics, People, Social), w ramach której zobowiązała się m.in. do promowania lokalnych i odpowiedzialnych produktów, redukcji odpadów oraz osiągnięcia zerowej emisji netto gazów cieplarnianych przed 2050 r.