

KOMUNIKAT PRASOWY

Nowa odsłona sklepu Relay. Wiodąca marka wśród marek Travel Retail otwiera sklep Relay nowej generacji na lotnisku w Pyrzowicach.

Warszawa, 05.08.2021. – W dniu dzisiejszym na lotnisku w Pyrzowicach, na strefie ogólnodostępnej Grupa Lagardère Travel Retail otworzyła sklep Relay nowej generacji prezentując nową koncepcję i tożsamość marki Relay. Ambicją marki jest większe zorientowanie na klienta, umożliwiające mu sprawniejsze i bardziej elastyczne poruszanie się po sklepie. Inwestycja w nowy koncept sklepu jest świadectwem zaangażowania firmy w segment Travel Essentials, który wykazał największą odporność w kryzysie Covid-19 wśród segmentów obecnych w ogólnie pojmowanym sektorze Travel..

Od swojego powstania we Francji, w roku 1852, a w Polsce od 1998 roku, sklepy Relay są preferowanym sklepem kompleksowej obsługi na lotniskach i dworcach kolejowych dla podróżnych, którzy mogą zakupić w nich podstawowe rzeczy przed i po podróży. Aby jeszcze bardziej dostosować Relay do oczekiwań pasażerów i zwiększyć wydajność operacyjną sklepów, spółka Lagardère Travel Retail wprowadza nową koncepcję i tożsamość marki Relay.

Nowa koncepcja ulepszania i upraszczania podróży zakupowej

Dzięki nowej identyfikacji graficznej i projektowi sklepu, a także w celu stworzenia przyjaznej dla klientów atmosfery i ułatwienia im zakupów w podróży, koncepcja sklepu daje możliwość szybkiego dopasowania layoutu sklepu, merchandisingu i oferty produktowej. Założeniem nowej koncepcji sklepu są dedykowane przestrzenie do prezentacji lokalnych produktów – to odpowiedź na oczekiwania klientów, którzy pragną poczuć klimat miejsca, w którym przebywają. W nowo otwartym sklepie o powierzchni zaledwie 18 m² wszystkie założenia nowego konceptu nie zostały jeszcze wprowadzone, ale wraz z otwarciem kolejnych sklepów Relay elementy nowej tożsamości będą bardziej widoczne.

Nowa koncepcja Relay posiada również:

- Nowe kategorie produktów, które zostały wprowadzone, aby lepiej podkreślić ofertę. Dzięki elastycznemu merchandisingowi i lay-outowi, kategorie można zamieniać, tak aby dostosować się do zmieniających się trendów oraz koszyka zakupowego pasażerów (na przykład w czasie kryzysu sanitarnego skupiono się na produktach typu convenience, mniej na prezentach)
- Kultowy czerwony szyld Relay został wzbogacony o szary baner, pozwalając na wprowadzenie marek partnerskich
- Narzędzia komunikacyjne zostały również zintegrowane z całością layoutu w celu wspierania ofert promocyjnych i umożliwienia polecenia produktów.
- Komunikacja cyfrowa została włączona do koncepcji poprzez animację cyfrową na ekranie LCD przy wejściu do sklepu. W większych sklepach ekrany będą również instalowane wewnątrz sklepu.



Nowy sklep Relay na lotnisku Pyrzowice





Nowy świat marki, który stawia klienta z powrotem w centrum uwagi

« Travel made special »: nowe pozycjonowanie marki Relay wspiera ideę, że zarówno na długich dystansach jak i przy codziennych dojazdach do pracy, Relay oferuje podróżującym wszystko, czego potrzebują, tak aby moment przemieszczania się stał się przyjemnym, osobistym doświadczeniem. Nowa marka – wspierana przez slogan "*Relay. Spraw, aby Twoja podróż była bardziej*" – jest oparta na czterech filarach:

1. **One-stop shop.** Relay oferuje wszystkie niezbędne w podróży produkty, w jednym miejscu.
2. **Wydajny & elastyczny.** Relay oferuje bezproblemowe, wszechstronne doświadczenie zarówno dla konsumentów jak i partnerów biznesowych.
3. **Świadomość kulturowa.** Dzięki obecnemu, codziennemu strumieniowi treści związanych z trendami i kulturą, kultura jest centralnym elementem DNA Relay.
4. **Globalna obecność** - Jako wielokanałowa, obecna na wielu rynkach marka detaliczna, Relay jest dla podróżnych wszędzie, w każdym punkcie ich podróży.

Zobowiązanie do Travel Essentials, które opiera się na odporności segmentu

Z trzech linii biznesowych, w których działa spółka Lagardère Travel Retail, linia Travel Essentials jest tą, która wykazała się największą odpornością i najszybciej się odbija po trudnym okresie lockdownu. Odporność ta wynika zarówno z wielokanałowego charakteru (obecność na stacjach kolejowych, lotniskach, a także w centrach handlowych), jak i wieloproduktowej oferty. Te dwa czynniki okazały się korzystne w porównaniu z innymi sklepami, które pozostawały zamknięte podczas pandemii, takimi jak np. restauracje. Kryzys był okazją do ujawnienia zasadniczego charakteru sklepów Travel Essentials. W 2019 r. Linia Travel Essentials osiągnęła sprzedaż w wysokości 2,2 mld euro, co stanowiło 41% całkowitej sprzedaży Lagardère Travel Retail.

Sklepy Nowej Generacji Relay zostały już otwarte na stacji Atocha w Madrycie, na lotnisku i dworcu kolejowym w Nantes Atlantique, na lotnisku w Pradze (7 sklepów), nowym berlińskim lotnisku Brandenburg (4 sklepy), w Paryżu na lotnisku (3 sklepy) . **W dniu wczorajszym pierwszy sklep nowej generacji został otwarty w Polsce na lotnisku w Pyrzowicach.**

Komentując otwarcie sklepu Relay Nowej Generacji, Dariusz Sinkiewicz, Dyrektor Zarządzający Travel Essential w Lagardère Travel Retail, powiedział: *"Relay jako znana marka towarzysząca podróżnym nie tylko w Polsce, ale na całym świecie, musi iść z duchem czasu, wprowadzać zmiany, których klienci oczekują, ułatwiać zakupy czyniąc je bardziej wygodnymi i szybszymi – stąd ułatwienia wynikające z lepszych oznaczeń poszczególnych kategorii czy stref promocyjnych. Będziemy ten koncept wprowadzać w Polsce wraz z otwarciem nowych lokalizacji Relay. Mamy nadzieję, że nowa tożsamość Relay spotka się z zadowoleniem klientów"*.

W nowo otwartym sklepie Relay został uruchomiony pierwszy w Polsce Kawomat Marlow.



Kawomat Marlow to jedyna taka maszyna w Polsce i jedna z niewielu na świecie. To najnowszej generacji kawomat, który wyróżnia się zaawansowanymi rozwiązaniami

technologicznymi serwując za każdym razem doskonałą kawę na ciepło bądź na zimno. Zna 500 receptur na wyśmienitą kawę, napoje mrożone i bezkofeinowe.

„Jesteśmy przekonani, że nasze rozwiązanie jest jedyne w swoim rodzaju. Kawomat Costa jest w stanie serwować kawę jak w kawiarni, a jego dodatkowym atutem jest możliwość wydawania kaw mrożonych, idealnych na letnie dni. Mamy też świadomość, jak doceniany przez Klientów jest znany brand, taki jak Costa i wierzymy, że wpłynie pozytywnie na odbiór nowego konceptu sklepu Relay” – komentuje Tomasz Czertak – Manager Costa Coffee w Coca-Cola HBC.

Rozwój nowej koncepcji sklepów Relay będzie kontynuowany w 2021 r., a nowe otwarcia planowane są już w ponad 7 krajach w kilku regionach (plan otworzyć może się różnić w zależności od kontekstu sanitarnego).

INFORMACJE LAGARDERE TRAVEL RETAIL

Jeden z dwóch oddziałów grupy Lagardère, Lagardère Travel Retail jest światowym liderem w branży handlu detalicznego. Prowadząc 4800 sklepów w travel essentials, duty free & fashion and foodservice na lotniskach, dworcach kolejowych i innych koncesjach w 39 krajach i terytoriach, Lagardère Travel Retail wygenerował 5,5 mld euro sprzedaży w 2019 r. Lagardère Travel Retail ma unikalne holistyczne podejście mające na celu przekroczenie oczekiwań podróżnych w trakcie całej podróży oraz optymalizację aktywów właścicieli i marek partnerów. W Polsce, spółka Lagardère Travel Retail obecna jest od 23 lat. Zarządza obecnie 96 sklepami Relay. www.lagardere-tr.com • @LagardereTR

Kontakt: Dorota Karnkowska, Dyrektor Promocji i Komunikacji • d.karnkowska@lagardere-tr.pl • +48 506 015 330