|  |
| --- |
| INFORMACJA PRASOWA |

**Rewolucja w salonach prasowych. Na rynku nowy format: Inmedio TOP&POP**

*Warszawa, 22 marca 2022*

Lagardère Travel Retail wprowadza na rynek nowy koncept sklepów Inmedio: TOP&POP. Format wyróżnia się nie tylko topowym asortymentem z segmentu prasy, książek, drobnych multimediów i gier, ale także unikalną aranżacją strefową, w której ważną rolę grają zintegrowane rozwiązania phygital.

* Inmedio w formacie TOP&POP ma nowy logotyp i claim: „Top rozrywka & Pop kultura”. Wyraźna aranżacja strefowa i świetna ekspozycja oferty ułatwiają nawigację i pozwalają maksymalnie zoptymalizować proces zakupowy.
* Wyróżnikiem nowego podejścia jest m.in. strefa POP-UP z rotującą ofertą kultowych marek. Nowością jest też Stacja Rehydracja – punkt, w którym można bezpłatnie uzupełnić zapas wody.
* To nie pierwszy innowacyjny koncept handlowy stworzony przez Grupę Lagardère. Firma, która jest światowym liderem w segmencie travel retail, tylko w Polsce ma ok. 1000 placówek pod 40 różnymi brandami. 5 z nich (w tym 2 odświeżone i z nową identyfikacją wizualną) powstało w ciągu ostatniego pół roku.

Inmedio TOP&POP to najnowsza propozycja od Grupy Lagardère Travel Retail – lidera w segmencie salonów prasowych premium. Odświeżony został m.in. logotyp, a marka zyskała nowy claim: **„Top rozrywka & Pop kultura”**, który nawiązuje do bogatej oferty kulturalnej i rozrywkowej dostępnej w nowym formacie. Nowe Inmedio to zupełnie nowe podejście w zakresie doboru oferty i doświadczenia zakupowego. Format TOP&POP został zaprojektowany w taki sposób, żeby odpowiedzieć na wszystkie najważniejsze trendy konsumenckie ostatnich lat.

– *Nowy format Inmedio TOP&POP maksymalnie upraszcza proces zakupowy i skraca czas potrzebny na zorientowanie się w ofercie i dokonanie trafnego wyboru. Sprzyjają temu minimalistyczny design, jasne kolory, wyraźna aranżacja strefowa, a także wyszczególnienie bestsellerów w danej kategorii. W efekcie klient, który często odwiedza Inmedio w trakcie zakupów, w pośpiechu, może maksymalnie efektywnie wykorzystać czas, który ma na zakupy* – mówi **Dariusz Sinkiewicz, Dyrektor Zarządzający Travel Essentials w Grupie Lagardère Travel Retail.**

W przestrzeni nowego salonu funkcjonuje – nie licząc tej kasowej – pięć wyraźnych stref: CZYTAM (książki), SŁUCHAM/OGLĄDAM (karty pre-paid, drobna elektronika), GRAM (gry i zabawki), WIEM (prasa) oraz **strefa POP-UP z ofertą kultowych marek** (m.in. Hagi Cosmetics czy Ministerstwo Dobrego Mydła). Marki, do których klienci mogli mieć dotychczas utrudniony dostęp i które są sprzedawane wyłącznie online, mogą tu zaistnieć w przestrzeni stacjonarnej i dać się poznać klientom.

Co istotne, asortyment dostępny w każdej strefie obejmuje wyłącznie topowe i najlepiej sprzedające się produkty w swojej kategorii. O tym, co warto kupić i dlaczego, informują **ekrany LCD** prezentujące nowości w ofercie. Sprzedawca-Doradca pomaga klientom w dokonaniu trafnego wyboru, wskazując trendy w różnych kategoriach: w tym wśród nowatorskich artykułów tytoniowych typu heat-not-burn.

– *Zależało nam na tym, żeby wizyta w Inmedio TOP&POP była pod każdym względem „optymalna” – dlatego dużo uwagi poświęciliśmy doborowi produktów i aranżacji przestrzeni. Wierzę, że klienci docenią zakupy w nowym formacie. Wystarczy zaledwie kilka minut, żeby w spokojnej, przyjemnej atmosferze zorientować się w nowościach na rynku, zasięgnąć porady i wybrać coś dla siebie* – dodaje **Dariusz Sinkiewicz**.

Ważnym wyróżnikiem salonu jest też **Stacja Rehydracja** – punkt, w którym można bezpłatnie nalać świeżej wody do swojej lub kupionej w Inmedio butelki. To niezwykle wygodne rozwiązanie, które odpowiada nie tylko na oczekiwania coraz bardziej świadomych ekologicznie klientów, ale też na potrzeby planety. Promuje też regularne nawadnianie organizmu. Znajduje się blisko wejścia do sklepu, w części, która jest też wyposażona w kasę samoobsługową i produkty pierwszej potrzeby, takie jak przekąski i napoje – umożliwiając szybkie i wygodne zakupy.

Pierwsza placówka Inmedio TOP&POP została otwarta w grudniu w podwarszawskim Centrum Handlowym Janki. Do końca 3. kwartału Grupa Lagardère Travel Retail planuje otworzyć kolejne 20 lokali w nowym formacie.

**LAGARDERE TRAVEL RETAIL**

LAGARDERE TRAVEL RETAIL Jeden z dwóch oddziałów Grupy Lagardère, Lagardère Travel Retail, jest światowym liderem w branży handlu detalicznego w segmencie Travel Retail. Zarządzając 4 800 sklepami w 3 liniach biznesowych - Travel Essentials, Duty Free & Fashion i Foodservice na lotniskach, dworcach kolejowych i w innych obszarach koncesyjnych w 39 krajach i terytoriach, spółka Lagardère Travel Retail wygenerowała 5,5 mld euro sprzedaży w 2019 r. W Polsce spółka jest obecna od 1997 roku, obecnie zarządza siecią 1000 sklepów w 3 liniach biznesowych. Sieć sklepów Inmedio to ponad 400 lokalizacji rozwijanych we współpracy z Grupą Eurocash, oferujących bogaty asortyment prasy krajowej i zagranicznej, książki, artykuły tytoniowe, słodycze, napoje, artykuły serwisowe i inne.

[www.lagaredre-tr.pl](http://www.lagaredre-tr.pl)