

COMMUNIQUE DE PRESSE

RELAY, l'enseigne emblématique de Lagardère Travel Retail France innove avec son concept dernière génération, avec une première ouverture en gare SNCF de Nantes !

Paris, le 20 novembre 2020 – Lagardère Travel Retail France, via sa filiale commune avec SNCF Gares & Connexions - Lagardère & Connexions - propose un tout nouveau concept et une nouvelle identité de marque pour ses magasins RELAY en gare, avec pour ambition d'être toujours plus proche des voyageurs et de permettre une plus grande flexibilité et agilité en magasin.

Pleinement intégré au projet novateur mené par SNCF Gares & Connexions à Nantes, ouvert sur la ville et proposant tant aux voyageurs qu'aux riverains une nouvelle offre de service, ce nouveau concept RELAY contribue à transformer la gare en lieu de destination shopping. C'est le fruit d'un travail collaboratif resserré entre Lagardère Travel Retail France et SNCF Gares & Connexions, via leur société commune Lagardère & Connexions, qui confirme par ce projet sa volonté affirmée d'accompagner la stratégie de SNCF Gares & Connexions et de donner « Envie de Gare ». Lagardère & Connexions contribue à cet objectif en travaillant sur les concepts Retail de demain en partenariat avec SNCF Gares & Connexions.

« RELAY Next Génération », le nouveau concept RELAY

Depuis plus de 160 ans, le passage dans un magasin RELAY est un rituel pour de nombreux voyageurs dans les gares et les aéroports, qui leur permet d'acheter l'essentiel pour profiter pleinement de leur voyage. Afin que RELAY réponde aux attentes nouvelles des consommateurs et pour accroître l'efficacité opérationnelle des magasins, Lagardère Travel Retail France lance un nouveau concept et une nouvelle identité de marque pour RELAY.

Lagardère Travel Retail France confirme sa place de leader avec ce nouveau concept innovant, qui offre **une expérience personnalisée**, et **davantage de fluidité** aux voyageurs pressés.

« **RELAY, ça fait partie du voyage** », la nouvelle signature de l'enseigne décrit un véritable « réflexe RELAY », une certaine complicité. Elle sonne comme une expression de la vie courante, et souligne l'aspect à la fois pratique et plaisir : **chaque voyage devient l'occasion d'un moment privilégié.**

Cette évolution se traduit également par **un nouveau design boutique**. Les objectifs : rester le référent du voyage, créer une ambiance conviviale, faciliter le parcours client et améliorer la lisibilité, la compréhension et l'accès à l'offre. En un mot : **favoriser le confort d'achat avec agilité !**

Lagardère Travel Retail France a imaginé ce nouveau concept en s'entourant d'agences expertes, **UX Retail Design** pour la concrétisation du concept magasin et l'agence **Lonsdale** pour la définition de son nouveau positionnement de marque et son activation à travers les différentes prises de parole de RELAY.



Une boutique repensée pour une excellence opérationnelle renforcée

Concrètement, cela se traduit par :

- **Une nouvelle façade** qui associe un bandeau gris à la couleur rouge iconique de RELAY : signe de changement, mais surtout la volonté de donner de la visibilité aux **marques partenaires** expertes qui sont pleinement intégrées à la nouvelle offre.
- **De nouveaux univers**, qui non seulement valorisent les produits, mais aussi donne une **grande lisibilité** à l'offre avec un **design distinctif**, spécifique pour chaque catégorie. Grâce à un merchandising et à une mise en scène flexibles, les gammes peuvent être permutées pour mieux répondre à l'évolution des besoins et des profils des voyageurs. *(Par exemple, pendant la crise sanitaire, l'accent a été mis sur les produits de sécurité et d'hygiène, moins sur les cadeaux).*
- **Des outils de communication** ont également été intégrés pour mieux mettre en valeur les offres promotionnelles et permettre la **recommandation de produits**, mais aussi des animations numériques à l'extérieur et à l'intérieur du magasin.
- **Des caisses en libre-service** : pour répondre à la promesse de rapidité, d'efficacité et d'innovation.



Un nouvel univers de marque dédié à la relation client

Le nouveau positionnement de la marque RELAY propose que chaque voyage soit l'occasion d'un moment privilégié. Pour un long périple comme pour un trajet quotidien, quelles que soient la destination, les envies, ou la culture des voyageurs, RELAY leurs apporte le petit plus qui enrichit le voyage et ainsi le transforme en expérience agréable.

La nouvelle marque, soutenue par le base-line "RELAY, ça fait partie du voyage", est articulée autour de quatre piliers principaux :

1. « **One-Stop-Shop** » : RELAY offre tous les essentiels et les produits plaisirs dont les voyageurs peuvent avoir besoin et envie, en un seul endroit, **RELAY facilite le voyage !**
2. « **Efficacité & Agilité** » : RELAY offre une expérience « sans couture » et adaptable pour tous les publics : voyageurs, partenaires et responsables des boutiques, **Relay est proche de ses clients !**
3. « **ADN Culture & Actualité** » : RELAY a toujours été au cœur de l'actualité en la faisant vivre au quotidien avec la presse, les livres et les produits tendance du moment, **RELAY partage l'actualité et la culture pour tous !**
4. « **Présence Mondiale** » : RELAY est LA marque du Travel Retail multicanale, au service de tous les voyageurs, accessible tout au long de leur trajet et partout dans le monde, **RELAY est toujours là !**



Enfin, **RELAY est une marque engagée**, et encourage le « **voyage responsable** » et sans risque.

3 engagements forts se concrétisent dans nos boutiques, portés par la marque et sa communauté :

- **Un engagement citoyen**, en mettant sur le chemin de chaque voyageur des box à dons pour soutenir des actions solidaires,
- **Mieux consommer**, l'enseigne propose des gammes bios, moins d'emballage, des produits recyclés...
- **Le local**, avec des offres régionales et responsables, des mises en avant du « made in France » ...

« RELAY fait partie du quotidien des voyageurs depuis longtemps et a toujours été une marque qui a su évoluer. Aujourd'hui, l'enseigne est plus que jamais à l'écoute de leurs besoins, de leurs envies. Ce nouveau concept a été pensé pour s'adapter aux futurs défis du Travel Retail qui nous attendent, pour accompagner le voyageur avec expertise, bienveillance et responsabilité. Avec ce magasin, RELAY fait la part belle à ses partenaires, grâce à de véritables « shop-in-shop » qui enrichissent l'offre commerciale et contribuent à transformer l'expérience client, à en faire un moment agréable. Je suis certain que ce RELAY nouvelle génération sera toujours une étape privilégiée pour les voyageurs. »

Vincent Romet, Directeur Général de Lagardère Travel Retail France

Les premières ouvertures

Lagardère Travel Retail France a choisi la ville dynamique de **Nantes** pour ouvrir ce nouveau concept.



Après une première ouverture réussie à l'aéroport de Nantes Atlantique, où les passagers ont découvert sur plus de 200 m² le nouveau magasin avec un « corner » dédié à monop'daily ; la **1^{ère} boutique en gare** est celle de **Nantes** côté Nord **dans le cadre de l'ouverture de la nouvelle mezzanine reliant le Nord et le Sud de la ville et accueillant de nombreux commerces. Cette nouvelle gare plus pratique, remarquable et moderne répond notamment à trois enjeux clés pour la ville et SNCF Gares & Connexions : urbanisation, développement des capacités de transport et multimodalité ; tout en offrant une vue imprenable sur Nantes.** Ce nouveau concept s'inscrit donc parfaitement dans la stratégie développée par SNCF Gares & Connexions, dont celui de l'intégration des nouveaux usages de la mobilité.

Ce nouveau RELAY, d'une surface de plus de 220 m² à **la gare SNCF de Nantes**, a été conçu en partenariat avec **monop'daily** et la **FNAC**. Ainsi, les voyageurs découvrent une offre RELAY repensée et enrichie par celle de nos partenaires.

L'espace **monop'daily** propose une restauration rapide ultra-fraîche, aux recettes savoureuses et équilibrées, régulièrement renouvelées (salades, sandwichs, plats cuisinés, boissons chaudes, viennoiseries...).

Coté shop-in-shop **FNAC** : innovation, expertise, avant-gardisme, cet espace promet aux voyageurs les produits d'aujourd'hui et de demain (Son, Téléphonie, Prise de vue, et Micro-informatique), en attachant une attention particulière au conseil client, grâce à une équipe de vente passionnée !

monop'daily

RELAY

fnac

Lagardère Travel Retail France : un savoir-faire historique, une envie d'innovation

Lagardère Travel Retail France se définit notamment par sa capacité et son envie de se renouveler en permanence. En un mot, son agilité. Ainsi, même dans un contexte compliqué, Lagardère Travel Retail France garde le cap et poursuit sa politique d'innovation continue.

RELAY est une marque internationale, présente dans 14 pays à travers le monde avec plus de 1 000 boutiques. Des magasins RELAY nouvelle génération ont déjà ouvert à la gare d'Atocha à Madrid, à l'aéroport et à la gare de Nantes, à l'aéroport de Prague (7 magasins) et au nouvel aéroport de Brandenburg à Berlin (4 magasins). Le déploiement mondial se poursuivra en 2020 et 2021, avec de nouvelles ouvertures déjà prévues dans plus de 7 pays dans plusieurs régions.

Lagardère Travel Retail France est présent sur le marché des concessions depuis plus de 160 ans, avec un large portefeuille de concepts en propre (Relay, Découvrir...), en partenariat (Fnac, Marks&Spencer) et sur tout type de plateformes. Le Groupe a su nouer des liens de confiance avec les grands concédants du territoire comme la SNCF, le Groupe Aéroports de Paris (ADP) ou les Aéroports de Lyon ou Nice.

Les joint-ventures avec certains de ces concédants sont une preuve tangible d'un engagement à long terme, de visions communes et de la capacité de Lagardère Travel Retail France de tenir ses promesses.

A PROPOS DE LAGARDERE TRAVEL RETAIL FRANCE

Lagardère Travel Retail France est l'entité française de Lagardère Travel Retail, l'une des deux divisions du Groupe Lagardère, leader mondial de l'industrie du Travel Retail. Opérateur global avec plus de 4 800 points de vente dans 39 pays, en Travel Essentials, Restauration et Duty Free & Mode, le groupe est principalement implanté dans les gares, les aéroports, les sites touristiques.

Lagardère Travel Retail a une approche unique et globale visant à offrir une expérience shopping mémorable aux voyageurs et à être le partenaire de référence pour les concédants et les marques. Lagardère Travel Retail réalise un chiffre d'affaires de 5,5 milliards d'euros en 2019 (géré à 100%).

A propos de Lagardère & Connexions, société par actions simplifiée au capital de 10 millions d'euros créée au 1er janvier 2014. Ses actionnaires sont d'une part Lagardère Travel Retail France (50 %) et d'autre part SNCF Participations (50 %). La Société a pour objet, l'aménagement, l'exploitation et le développement de manière directe ou indirecte, de commerces spécialisés pratiquant la vente de détail, notamment de journaux, livres, papeterie, articles de voyage, ainsi que de produits alimentaires et de restauration. Lagardère & Connexions exploite actuellement 270 points de vente dans les principales gares du réseau SNCF sous l'enseigne RELAY, mais aussi en partenariat avec d'autres marques, notamment Marks & Spencer en gare de Paris-Est et Nespresso ou L'Occitane en Provence en gare Montparnasse.

www.lagardere-tr.fr • @LagardereTR

Contact : Agence Press For You • Maïté BILLAULT • m.billault@press4u.fr • +33 (0)1 53 43 85 25 – 06 74 69 13 53

A PROPOS DE monop'daily

Depuis 2007, monop'daily allie restauration rapide et ultra-fraîcheur, répondant aux besoins d'une clientèle urbaine active. L'enseigne propose une offre large de sandwiches, salades, plats cuisinés, laitages, boissons fraîches et chaudes, fruits et desserts, viennoiseries cuites sur place, disponibles à la vente en libre-service, à déguster sur place ou à emporter, grâce à un aménagement fonctionnel (mange-debout, fours micro-ondes et distributeurs de boissons chaudes).

Les 27 monop'daily sont principalement implantés en zone de flux (gare, aéroport) et également au sein des hôpitaux.

A PROPOS DE LA FNAC

208 magasins FNAC en France (91 intégrés et 117 franchisés) - Gare de Nantes : 30^{ème} magasin FNAC au format « Fnac Travel ».