

Lagardere Travel Retail anunța dezvoltarea conceptului Inmedio

Lagardere Travel Retail anunța dezvoltarea rețelei Inmedio sub o nouă poziționare susținută de direcții, concepte, categorii de produse și servicii, precum și de canale noi, potrivit unui comunicat al companiei, remis, joi, AGERPRES.

Astfel, Inmedio își continuă evoluția de la conceptul inițial centrat pe presa și carte spre un portofoliu variat din convenience-ul modern, cu soluții rapide pentru nevoi imediate din rutina urbană zilnică. Pe lângă repositionare, rețeaua Inmedio, formată în prezent din 213 magazine, își va urma și planurile de extindere la nivel național prin deschiderea de noi locații.

Astfel, Inmedio se transformă în "stația urbană de încărcare", un punct de reper în drumurile de zi cu zi, oferind o diversitate de produse și servicii, într-o singură oprire - snack-uri, bauturi și cafea on the go, accesorii, cadouri, ziare și reviste locale și internaționale, carte, precum și o varietate de servicii. Toate acestea vor fi disponibile atât în spațiile clasice din rețelele de retail modern (mall-uri și galerii comerciale), în care Inmedio are prezență în 50 de orașe din țară, cât și în formate sau canale noi, de tipul insulelor din mall-uri sau în magazine proprii stradale.

"Inmedio este brand-ul Lagardere Travel Retail cu recunoașterea cea mai mare în piața locală și care și-a adus contribuția în cei 20 de ani de existență la dezvoltarea retailului local de impuls la standarde europene. Ne bucurăm că, în ciuda contextului volatil, reușim să ne menținem apetitul pentru inovare și să susținem dezvoltarea acestui concept. Toate inițiativele noastre sunt rezultatul unui efort concertat de înțelegere a clientului și vizează regândirea acestui business în aliniere atentă cu nevoile și preocupările acestuia. De asemenea, ne propunem să cautăm noi modele de extindere și operare pentru diversificarea canalelor noastre din mediul urban. Un suport considerabil va veni de la partenerii antreprenori, alături de care continuăm extinderea și pe care ne bazăm pentru înțelegerea și deservirea atentă a clienților noștri", declară Alexandru Chilea, COO Essentials Business Line.

În ceea ce privește oferta comercială, categoria de bauturi non-alcoolice va fi dezvoltată în continuare, iar cea de cafea va cunoaște o repositionare. Categoria de cadouri va fi, de asemenea, revigorată, iar spațiile vor fi regândite pentru a oferi soluții rapide pentru rutina urbană zilnică.

Inmedio oferă, în continuare, posibilitatea de plată a facturilor, biletelor pentru evenimente, biletelor de loterie, dar și posibilitatea de încărcare electronică. Categoria de presa va continua să reprezinte o prioritate pentru brand, întrucât servește nevoile de informare și de conținut de calitate pentru care Inmedio este recunoscut la nivel național.

"Clienții caută soluții rapide și eficiente atunci când se află în mișcare, dar și în caz de urgență, de necesitate. Aerul nou de la Inmedio de aici își găsește sursa - din înțelegerea cât mai bună că avem nevoie cu toții de un punct de reper în drumurile de zi cu zi și de un serviciu rapid, prietenos și la îndemână în rutina noastră urbană. De aceea, planul nostru este de a analiza în mod constant tendințele de consum, iar procesul de extindere, atât a ofertei, cât și a prezenței fizice, va continua", completează Alexandru Chilea.

Inmedio este lider național pe segmentul Urban Convenience, cu o prezență de 20 de ani pe piața din România și o rețea formată din 213 magazine situate în mall-uri și galerii comerciale din 50 de orașe la nivel național.