

## 10 LAT, 50 KAWIARNI I 190 TYS. GOŚCI MIESIĘCZNIE. LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL ŚWIĘTUJE URODZINY SO COFFEE

Zaczęło się od jednego lokalu w Sosnowcu. Dziś należąca do Lagardère Travel Retail sieć So Coffee, która w tym roku świętuje 10. urodziny, to jedna z największych sieci kawiarnianych w kraju. Ma w Polsce 50 lokali i kolejne otwarcia w planach.

*Warszawa, 27 października 2022 r.*

Pierwsza kawiarnia pod marką So Coffee, należąca do Lagardère Travel Retail, otworzyła się w outlecie w Sosnowcu 10 lat temu. Nadal działa, ale już nie sama, bo dzisiaj sieć ma 50 lokali w całej Polsce. Autorskie kawy So Well Caramel i So Choco Latte, a także bestsellerowe latte można wypić zarówno w oczekiwaniu na lot na Lotnisku Chopina w Warszawie, jak i... w Luboniu pod Poznaniem. Co więcej, marka wciąż pręźnie się rozwija i tylko do końca roku chce otworzyć jeszcze 3 lokale: jeden w Gorzowie Wielkopolskim i dwa na lotnisku w Modlinie.

– *So Coffee to dziś jedna z największych i najbardziej rozpoznawalnych sieci kawiarnianych w kraju. Odwiedza nas miesięcznie ponad 190 tys. osób. Rozwijamy się w bardzo różnorodnych lokalizacjach: od międzynarodowych lotnisk po outlety w średniej wielkości miejscowościach. Zawsze jednak podążamy za potrzebami Gości. Ten jubileusz chcemy świętować z naszymi gośćmi oraz baristami, bo to dzięki nim jesteśmy dzisiaj w tym miejscu* – mówi **Maciej Gajkowski, Dyrektor Zarządzający segmentem Foodservice w Lagardère Travel Retail Polska.**

### **Od rozwoju zagranicą, przez franczyzę, po rebranding**

Kawiarnia w Sosnowcu powstała 27 października 2012 r. w miejscu dawnej empik cafe, która podobnie jak inne lokale tej sieci zmieniła szyld na So Coffee. Już pod koniec tego samego roku zaczęły się otwierać pierwsze kawiarnie poza granicami Polski. Najpierw w Rumunii, na lotnisku w Cluj Napoca, a następnie także we Francji i w Czechach. (W planach są kolejne zagraniczne premiery: w Zjednoczonych Emiratach Arabskich i w Chile.) W 2016 r. światło dzienne ujrzała pierwsza kawiarnia So Coffee prowadzona w modelu franczyzowym. Ważnym wydarzeniem w historii marki było także zwycięstwo Dominiki Szostak, trenerki So Coffee, w Ogólnopolskiej Olimpiadzie Kawowej w 2018 r.

– *Przez te 10 lat istnienia nasze kawiarnie nieustannie się zmieniały: dostosowywaliśmy się do potrzeb naszych gości nie tylko pod względem oferty produktowej, ale też w zakresie wystroju wnętrza i tworzenia atmosfery w kawiarniach. Dzięki zaangażowaniu menadżerów kawiarni i baristów, każdego dnia konsekwentnie budujemy doskonałość operacyjną naszych kawiarni* – podkreśla **Monika Kielak, Dyrektor Operacyjny So Coffee.**

Pod koniec 2021 r. sieć rozpoczęła proces rebrandingu, który objął identyfikację wizualną i wnętrza kawiarni. Znakiem rozpoznawczym nowego So Coffee są – poza odświeżonym logo – zielona ściana z neonem i nowe hasło: *Wiele smaków – jedno So Coffee.* Tylko w ostatnich kilku tygodniach sieć zaprezentowała kolejne dwie kawiarnie w nowej odsłonie. Cały proces rebrandingu ma się zakończyć do końca przyszłego roku.

#### **Urodzinowe plany sieci: loteria dla klientów i sadzenie drzew**

Sieć So Coffee postanowiła uczcić swoje 10. urodziny, dokładając swoją cegiełkę do walki z kryzysem klimatycznym. Posadzi tej jesieni 500 drzew – 10 od każdej kawiarni. W trzech różnych zakątkach Polski : Chojnicach (woj. pomorskie), Kamiennej Górze (woj. dolnośląskie) i Ogrodzieńcu (woj. śląskie) wyrosną nowe sosny, dęby, brzozy, jarzębie oraz graby.

So Coffee uruchomiła też jubileuszową loterię zdrapkową «Latteriada». Akcja rozpoczęła się 12 października i potrwa do 12 listopada. Goście kawiarni mogą wygrać vouchery do So Coffee lub nagrodę główną: 10 tys. zł.

Więcej informacji na stronie: [www.loteriasocoffee.pl](http://www.loteriasocoffee.pl).

---

Lagardère Travel Retail to globalny lider sprzedaży towarów na lotniskach, dworcach i stacjach metra i jedna z niewielu tego typu firm na świecie, która ma w portfolio jednocześnie formaty convenience, gastronomiczne i wolnocłowe. W Polsce 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 conceptów handlowych wynika wprost z misji firmy, która opiera się na elastycznym odpowiadaniu na potrzeby partnerów biznesowych i ich klientów. Lagardère Travel Retail realizuje te misję w sposób zrównoważony. W 2019 r. 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.