Warszawa, 18 września 2025 r.

**So Coffee Park! w Karkonoszach – nowy projekt Lagardère Travel Retail łączący kawę, lifestyle i strefę IQOS**

**W samym sercu nowo otwartego parku handlowego Przystanek Karkonosze w Miłkowie k. Karpacza Lagardère Travel Retail w Polsce zaprezentowało wyjątkową przestrzeń – So Coffee Park!. To miejsce, w którym kawiarnia łączy się z atmosferą miejskiego parku i nowoczesnej strefy retail, tworząc przestrzeń do spotkań, relaksu i inspiracji.**

Nowy lokal o powierzchni blisko 90 m² oferuje 36 miejsc siedzących wewnątrz oraz sezonowy ogródek. Industrialny wystrój został uzupełniony zielenią i detalami sprzyjającymi odpoczynkowi: wspólnym stołem z szachownicą, drzewem symbolizującym park w środku kawiarni czy stylizowanymi schodkami, które pełnią funkcję miejskiej trybuny. Wnętrze wzbogacają także lokalne akcenty – grafiki nawiązujące do gór oraz oferta pamiątek i ceramiki z regionu.

W menu znajdują się klasyki So Coffee – aromatyczne kawy, herbaty, świeżo wyciskane soki, desery i lody z własnej manufaktury. Dla głodnych – pełnowartościowe kanapki, wrapy i sałatki, które sprawdzą się zarówno w przerwie od zakupów, jak i w drodze na górski szlak.

So Coffee Park! to jednak więcej niż kawiarnia. Goście odkryją tu strefę IQOS oraz regały z produktami lifestyle. Dzięki temu lokal staje się miejscem, gdzie gastronomia, styl życia i relaks tworzą spójną całość.

– *So Coffee Park! to przestrzeń spotkań i inspiracji. Łączymy świetną kawę z atmosferą parku – otwartą, przyjazną i wielowymiarową. Chcemy, aby każdy gość znalazł tu coś dla siebie kameralny stolik, wspólną przestrzeń do integracji, nowatorskie produkty lifestyle, a także dedykowaną strefę IQOS. To element nowego modelu strategicznej współpracy Lagardère Travel Retail z Philip Morris International, dzięki któremu odwiedzający mogą liczyć na wsparcie profesjonalnego doradcy oraz dostęp do najnowszych rozwiązań w tej kategorii* – mówi Dariusz Sinkiewicz, dyrektor zarządzający ds. handlowych i innowacji w Lagardère Travel Retail w Polsce.

**Dlaczego Karkonosze?**

Lagardère Travel Retail w Polsce stale rozszerza działalność poza tradycyjne dla siebie lokalizacje tranzytowe, takie jak lotniska i dworce, rozwijając ofertę także w popularnych destynacjach turystycznych. Karkonosze i Karpacz to jedno z najchętniej odwiedzanych miejsc w kraju – przez cały rok. To właśnie tutaj So Coffee Park! ma szansę stać się nie tylko kawiarnią, ale także punktem spotkań dla turystów i mieszkańców.

— *Karpacz i całe Karkonosze przyciągają setki tysięcy odwiedzających rocznie, a ruch turystyczny stale rośnie. Widzimy w tym ogromny potencjał do rozwoju nowych formatów gastronomicznych i retailowych. Dlatego zdecydowaliśmy się właśnie tutaj otworzyć So Coffee Park – koncept, który wychodzi poza klasyczną kawiarnię i odpowiada na oczekiwania gości szukających jakości, wygody i dodatkowych doświadczeń w trakcie pobytu w regionie. To dla nas ważny krok w dywersyfikacji działalności i testowaniu nowych formatów gastronomicznych i retailowych w miejscowościach turystycznych* – podkreśla Andrzej Miłaszewicz, dyrektor zarządzający ds. operacji i rozwoju Lagardère Travel Retail w Polsce.

**Lagardère Travel Retail** to globalny lider branży travel retail, który w ramach linii Travel Essentials, Duty Free & Fashion oraz Dining zarządza siecią ponad 5 tys. sklepów działających na lotniskach, dworcach kolejowych i w innych przestrzeniach koncesjonowanych w 42 krajach i regionach. W 2024 r. sprzedaż Grupy (100%) wyniosła 7,6 mld euro. W Polsce Lagardère Travel Retail 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 Smacznego!, Costa Coffee i inne. Szeroka oferta kreatywnych, szytych na miarę konceptów handlowych wynika wprost z misji firmy, która opiera się na elastycznym odpowiadaniu na potrzeby partnerów biznesowych i ich klientów. Lagardère Travel Retail realizuje tę misję w sposób zrównoważony. W 2019 r. spółka 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.