



Communiqué de presse

Mai 2012

L'enseigne Galeries Lafayette, icône du commerce et de la mode, se renforce en France, à l'international et sur le web

Portée par de bons résultats et une dynamique de croissance, l'enseigne mythique du commerce et de la mode accélère son développement.

Un plan d'investissement ambitieux, lancé en 2012 permettra la poursuite de la rénovation du magasin Haussmann, navire amiral de la marque, et un vaste remodeling des principaux magasins en province.

A l'international, 5 à 7 nouveaux magasins viendront s'ajouter, à horizon 2015, aux 3 déjà existants, et permettront de poursuivre le déploiement de notre marque-enseigne qui connaît un important succès.

Le site E-Commerce galerieslafayette.com dont l'objectif est de devenir référent sur son segment pour représenter 10% du CA de l'enseigne d'ici deux ans, migrera dès juin sur une nouvelle plateforme.

L'enseigne Galeries Lafayette : une croissance dynamique

En 2011, les ventes au détail TTC de l'enseigne ont progressé de 7% à plus de 2,9 milliards d'euros.

Le magasin Haussmann a progressé de 14%, le reste du réseau progresse de 2% versus 2010. Ce succès est remarquable compte-tenu de la situation du marché de l'habillement en baisse en 2011 (à -3%) et confirme la pertinence du modèle incarné par les Galeries Lafayette qui entendent couvrir tout le spectre de la mode, de la plus accessible à la plus confidentielle, tout en défendant une offre multimarque et transversale.

Elle récompense le savoir-faire de l'enseigne qui a fait de l'agilité dans l'utilisation de ses surfaces de vente une de ses marques de fabrique et confirme les choix opérés sur les rayons chaussures, beauté, lingerie, gourmet, accessoires et habillement homme qui connaissent une forte progression.

« Ces bons résultats nous permettent d'avoir les moyens de nos ambitions. La croissance exceptionnelle d'Hausmann, qui affiche encore des ventes TTC en progression de 16% entre janvier et avril 2012, nous conforte dans l'idée d'expérimenter de nouvelles idées pour faire de la mode une expérience qui se vit aux Galeries Lafayette » déclare Paul Delaoutre, le Directeur Général de la Branche Grands Magasins du Groupe Galeries Lafayette.

La rénovation totale d'Hausmann

La part du magasin historique dans le succès de l'enseigne Galeries Lafayette ne se dément pas. En 2011, le magasin du boulevard Hausmann a réalisé un chiffre d'affaires proche de 1,4 milliard d'euros (y compris Lafayette Gourmet).

Plus de 30 millions de visiteurs ont parcouru ses allées qui accueillent plus de 2 500 marques sur 66 000 m². Parmi les segments qui ont le plus progressé, les accessoires détiennent la vedette et particulièrement la maroquinerie, l'horlogerie/joaillerie et la chaussure.

Cette place stratégique du magasin Hausmann pour l'enseigne, véritable icône du commerce et de la mode en France et à l'étranger, les Galeries Lafayette entendent la renforcer en procédant à nouveau à une rénovation historique de leur navire amiral. Pas moins de 56 000 m² vont être modifiés dont 37 000 refaits à neuf.

Le premier étage sera intégralement revu pour accueillir à partir de décembre prochain une offre diversifiée unique au monde sur le luxe et la mode, de ses marques mythiques dont certaines ouvriront en boutiques duplex (Cartier, Chanel, Louis Vuitton), à une offre unique élargie aux accessoires de créateurs. L'offre mode Femme sera, elle, recentrée sur 3 niveaux afin d'assurer une meilleure lisibilité et d'accueillir de nouvelles marques et confirmer son positionnement allant de l'accessible au luxe. L'Enfant bénéficiera d'un étage entier pour renforcer le leadership de l'enseigne sur cette cible. Le Lafayette Homme va lui aussi démarrer sa mue et développer sur la totalité de son rez-de-chaussée le segment accessoires qui connaît une croissance forte également sur le marché masculin.

Les travaux du premier étage Coupole et du rez-de-chaussée du Lafayette Homme ont été confiés à l'architecte de renommée internationale Bruno Moinard.

Enfin, à l'occasion de la célébration de ses 100 ans, la coupole, symbole patrimonial d'Hausmann, sera en octobre entièrement remise en valeur par le concepteur en lumière Yann Kersalé, tout comme la façade du magasin que l'artiste habillera d'une chrysalide de lumière.

« Hausmann, c'est tout simplement l'icône des Galeries Lafayette, mais aussi une icône du commerce et de la mode. Cette rénovation très importante va nous permettre d'affirmer notre leadership et servir de rampe de lancement à l'accélération de notre développement » explique Paul Delaoutre.

La rénovation des flagships de province

Depuis toujours, les Galeries Lafayette jouent un rôle important dans l'animation commerciale des principales agglomérations françaises. Acteur urbain des centres ville, l'enseigne aura rénové près de 66 000 m² de surface dans son réseau de province entre 2011 et 2012.

Au cours de cette période, plus de la moitié des « flagships » aura été transformée à Nantes, Marseille, Nice, Lyon, Strasbourg et Toulouse. Partout, ces rénovations ont donné lieu à des réaménagements des espaces pour fluidifier la circulation des clients, optimiser les m² consacrés aux segments les plus porteurs et accueillir de nouvelles marques parmi les plus prestigieuses.

A Nice et Marseille les travaux se poursuivront jusqu'en 2014.

« Le réseau réalise de bons résultats dans un contexte très difficile. Il confirme la place particulière qu'occupe l'enseigne dans l'imaginaire des Français pour ce qui est du commerce et de la mode. Les investissements réalisés vont nous permettre d'améliorer encore cette bonne dynamique » indique Paul Delaoutre.

Le déploiement de la marque à l'international et l'accélération du développement du E-Commerce

Parallèlement, les Galeries Lafayette entendent poursuivre leur développement à l'international avec un programme ambitieux d'ouvertures de nouveaux magasins à Djakarta,

Pékin, Doha et Istanbul. « Tirés par l'image d'Hausmann, les points de vente que nous ouvrons hors de nos frontières obtiennent des résultats très encourageants (+45% à Dubaï, +14% à Berlin). Ils prouvent tout le potentiel de la marque sur les marchés internationaux. Au total, 5 à 7 nouveaux magasins Galeries Lafayette seront ouverts hors France d'ici 2015 », précise Paul Delaoutre.

Enfin, pour doper sa croissance, l'enseigne mise sur le lancement d'une nouvelle plateforme d'E-Commerce, un segment sur lequel les enjeux sont importants désormais. Il s'agit d'un des éléments stratégiques de croissance clairement identifié. « Nous voulons que l'expérience Galeries Lafayette puisse être vécue quel que soit l'endroit où l'on se trouve. Nous devons pour cela mettre galerieslafayette.com aux standards les plus élevés. Opérationnelle en juin 2012, cette nouvelle plateforme doit nous permettre de viser une part d'au moins 10% du E-Commerce dans le CA de la Branche Grands Magasins sous 2 ans et d'occuper la 2ème place des magasins en CA après Hausmann » conclut Paul Delaoutre.

A propos du Groupe Galeries Lafayette

Le Groupe Galeries Lafayette est aujourd'hui un groupe de renommée mondiale grâce à l'ensemble de ses marques (Galeries Lafayette BHV, Monoprix, Naturalia, LaSer, Royal Quartz, Louis Pion, Citynove). Avec près de 120 ans d'histoire dans la distribution et le commerce de détail, le Groupe a toujours contribué au développement et à l'animation du cœur des villes où il est implanté tant en France qu'à l'international. Le Groupe emploie aujourd'hui plus de 43 000 personnes et génère un chiffre d'affaires de 5 milliards d'euros.

Plus d'informations : <http://www.groupegalerieslafayette.fr/>

A propos des Galeries Lafayette

Nées à la fin du XIXe siècle, les Galeries Lafayette, détenues à 100% par le Groupe Galeries Lafayette, sont un acteur majeur des grands magasins, symbole de l'art de vivre à la française, ayant pour mission de faire vivre la mode encore plus fort. Avec un réseau de 62 magasins dont 59 en France répartis dans les plus grandes villes de l'hexagone, les Galeries Lafayette se déploient maintenant à l'international. Au magasin de Berlin ouvert en 1996 se sont ajoutés Dubaï en 2009 et Casablanca en 2011. D'autres projets compléteront le réseau dans les années qui viennent : Pékin et Jakarta en 2013 avant des ouvertures en Turquie et au Qatar d'ici 2015. Avec un site marchand en plein développement, Les Galeries Lafayette investissent aussi massivement dans une démarche omni-canal au service de leurs clients.

A date, les Galeries Lafayette emploient près de 11 000 collaborateurs, proposent plus de 2500 marques, accueillent chaque jour en moyenne un million de visiteurs et ont réalisé en 2011 2,957 millions d'euros de ventes au détail.

Plus d'information : <http://www.galerieslafayette.com>

Contact Presse :

Marie-Hélène Plainfossé – Direction des Talents, de la Communication et de la RSE

T : 01 42 82 86 87 - @ : mhplainfosse@galerieslafayette.com