

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 14 septembre 2021

Le groupe Galeries Lafayette inaugure LE (RE)STORE GALERIES LAFAYETTE, un laboratoire d'envergure dédié à la seconde main et à la mode circulaire au coeur de son vaisseau amiral du Boulevard Haussmann, et dresse le bilan annuel de ses progrès en matière de mode responsable

- Les Galeries Lafayette Haussmann inaugurent ces jours-ci un véritable laboratoire de la mode responsable dédié à la seconde main et à la mode circulaire au coeur de leur bâtiment iconique Coupole du Boulevard Haussmann
- L'offre des Galeries Lafayette labellisée Go for Good s'élève désormais à plus de 20% et réunit 1000 marques, en progression constante sur les trois dernières années ; elle s'élève à 65% pour la marque propre Galeries Lafayette
- La démarche RSE s'amplifie auprès des marques du Groupe, à travers une série d'actions d'envergure et de manifestations de rentrée

Le groupe Galeries Lafayette poursuit son engagement en faveur d'un commerce responsable et annonce l'ouverture d'un espace de plus de 500m² entièrement dédié à la seconde main et à la mode circulaire au coeur de son vaisseau amiral des Galeries Lafayette Haussmann. Baptisé LE (RE)STORE GALERIES LAFAYETTE, ce lieu pérenne situé au troisième étage du bâtiment principal Coupole a été pensé comme un véritable laboratoire de la mode responsable, permettant aux clients d'acheter, vendre et recycler leurs produits dans un même espace, mais aussi d'apprendre à mieux les entretenir et les conserver. Premier concept de cette envergure au sein d'un grand magasin parisien, LE (RE)STORE GALERIES LAFAYETTE intègre une dizaine d'acteurs référents de la seconde main représentatifs de la diversité déjà existante sur ce marché en forte croissance, proposant une offre allant de l'accessible au luxe ainsi qu'une sélection de jeunes marques utilisant exclusivement des matières recyclées ou upcyclées. Cette démarche a pour vocation de répondre au désir des clients d'allier mode et plaisir en achetant de façon plus raisonnée et en donnant une nouvelle vie aux produits de mode.

A l'occasion de cette ouverture, Olivia Grégoire, Secrétaire d'Etat auprès du Ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, chargée de l'Économie sociale, solidaire et responsable, est venue inaugurer cet espace en présence de Nicolas Houzé, Directeur général des Galeries Lafayette et du BHV Marais, qui a déclaré : « Alors que 30% des Français ont acheté de la seconde main au cours des 12 derniers mois, ce nouveau marché en pleine expansion est en train de transformer durablement le secteur de la mode et de s'ancrer dans le quotidien de nos clients. En tant que leader des grands magasins, avec pour vocation de démocratiser un commerce plus responsable, il était légitime que nous propositions un concept et une offre à la fois crédibles et désirables, incluant un écosystème complet de produits et services, car la seconde main a toute sa place dans nos magasins comme sur notre site marchand. »

Commentant ce lancement, Olivia Grégoire a également déclaré: « Je salue la démarche du Groupe Galeries Lafayette, qui permet à ses clients d'adopter une démarche de consommation responsable en valorisant la seconde main, l'entretien et le recyclage des produits de mode. Cet espace propose un écrin à l'économie circulaire qui se développera dans les prochaines années dans le monde de la mode. Cela correspond non seulement à une attente, mais aussi à un besoin impérieux de prendre désormais en

compte les enjeux environnementaux et sociaux tout au long de la chaîne de valeur. Parce que la RSE est enfin valorisée comme un actif stratégique pour les entreprises, changer d'approche en prenant en compte ces enjeux, c'est permettre de renforcer la compétitivité de toute la filière pour demain. »

Au cours des prochains mois, le (RE)STORE GALERIES LAFAYETTE a également vocation à se développer de façon pérenne en province, avec deux premiers pilotes prévus à Nantes et Lyon Part-Dieu.

Une politique ambitieuse qui se diffuse auprès des marques du groupe Galeries Lafayette

En parallèle de cette ouverture, la stratégie développée autour du label Go for Good se poursuit au sein des différentes marques du groupe Galeries Lafayette. Après avoir déployé une opération d'envergure valorisant la filière française du lin au printemps 2021, le BHV MARAIS se positionne comme le "Bazar responsable" incontournable de la capitale en dévoilant une manifestation de rentrée dédiée à la thématique du vintage. Invitée d'honneur de cet événement, la marque de meubles de seconde main Selency investit l'Agora du rez-de-chaussée du magasin pour y présenter le meilleur de son offre dédiée à la maison et la décoration. Des services inédits de recyclage et de réparation seront également proposés, tandis qu'une vente événementielle de produits iconiques réédités est organisée en collaboration avec Emmaüs Trëmma, le site de l'association dédié au financement de projets solidaires.

Par ailleurs, le BHV Marais accueille au cœur de son écosystème commercial la marque espagnole Ecoalf, pionnière en matière de mode responsable, qui installe sa première boutique française rue du Temple où elle proposera notamment une expérience immersive sur les enjeux de la pollution plastique des océans.

La Redoute renforce également son offre de commerce responsable en proposant des produits labellisés Go for Good au sein de ses marques propres mode et maison. Sur la dernière collection printemps-été 2021, La Redoute Collections a comptabilisé plus de 50% de produits labellisés Go for Good, tandis que La Redoute Intérieurs et AMPM arrivaient respectivement à 79% et 59%, des chiffres en constante augmentation qui vont encore s'affiner sur les prochaines collections.

Fin 2020, La Redoute lançait La Reboucle, un projet innovant et disruptif développé en moins de six mois qui se veut être une plateforme alternative de vente de produits de seconde main, principalement axé sur l'univers de la maison. Plus d'un million de visiteurs uniques ont été enregistrés depuis le lancement sur le site, qui a reçu un très bon accueil de la part des clients La Redoute. Ces premiers résultats encourageants confirment que La Redoute a une place à prendre sur ce marché prometteur, et l'entreprise travaille désormais à affiner des axes de différenciation et améliorer l'expérience client, afin de tendre de plus en plus vers les standards exigeants imposés par les acteurs incontournables du secteur.

Un bilan positif sur les objectifs fixés par les Galeries Lafayette à horizon 2024

Trois ans après le lancement du label interne Go for Good, le groupe Galeries Lafayette dresse un nouveau bilan des progrès réalisés en matière de mode responsable et portant sur plusieurs objectifs stratégiques concrets et mesurables à horizon 2024. Désormais valorisé tout au long de l'année dans les différentes opérations commerciales déployées dans les magasins Galeries Lafayette et BHV MARAIS et sur leurs sites marchands, le label Go for Good permet de proposer une sélection toujours plus enrichie de produits responsables, qui répondent à des critères précis et transparents en matière de réduction de l'impact environnemental, de soutien à la production locale ou de développement social.

Ces résultats encourageants répondent également aux engagements concrets pris par les Galeries Lafayette à l'issue d'une grande consultation nationale lancée sous l'égide de Paris Good Fashion, qui avait réuni plus de 100 000 participants et dont les résultats avaient été dévoilés en février 2021. Fort du constat qu'il était impératif de participer à une transformation profonde de l'industrie de la mode en matière de

responsabilité sociale et environnementale, le collectif d'acteurs publics et privés mobilisé derrière cette consultation avait annoncé six grands engagements pour répondre aux demandes exprimées par les citoyens français, du recyclage à la relocalisation en passant par le sourcing de matières premières ou encore la gestion des emballages.

Détail des objectifs

Augmenter chaque année l'offre de produits labellisés Go for Good pour atteindre au moins 25% de l'offre proposée

L'offre de produits labellisés Go for Good a connu une progression exceptionnelle en 2021 et représente à date 20% de l'offre des grands magasins Galeries Lafayette et BHV Marais, réunissant plus de 1000 marques participantes.

Garantir l'exemplarité de la marque propre Galeries Lafayette en proposant une offre 100% Go for Good

65% des produits de la marque Galeries Lafayette sont désormais labellisés Go for Good, contre 40% en 2020. Le coton biologique et les matières recyclées font partie des critères phares de cette offre.

Soutenir activement la création responsable en donnant l'opportunité à 200 jeunes marques engagées d'être vendues en magasin et en ligne grâce à des conditions commerciales adaptées

Avec à date une dizaine d'espaces de mode responsable déployés à Paris et en région, les jeunes marques engagées ont plus que jamais leur place aux Galeries Lafayette. Au cours des 12 derniers mois, ces corners ont été renforcés par le référencement direct par le réseau de magasins d'une cinquantaine de marques locales dont une part significative fabriquent leurs produits en France.

Proposer des solutions de revente ou de recyclage pour tous les produits achetés

Tous les magasins Galeries Lafayette disposent désormais de services de collecte pour le recyclage des textiles, chaussures et flacons de parfum. Le vaisseau amiral du boulevard Haussmann propose en complément le recyclage des jouets et des emballages cosmétiques. Lors de chaque dépôt de produits à recycler, les clients se voient offrir des points de fidélité additionnels. Par ailleurs, un service digital sera disponible d'ici la fin d'année sur le site galerielafayette.com pour faciliter la mise en vente sur des plateformes de seconde main des produits achetés en ligne.

Proposer des offres de seconde main et des services de location encourageant l'économie circulaire

L'ouverture du (RE)STORE au sein du principal flagship parisien des Galeries Lafayette se voit complétée d'une offre de seconde main dans de nombreux magasins du réseau français, ainsi qu'au BHV Marais. Depuis plusieurs années, les magasins soutiennent également des initiatives en faveur de la location de produits de mode, telles qu'avec la marque Maje aux Galeries Lafayette Haussmann en 2021.

Développer des emballages 100% recyclables, plus légers et moins volumineux

Identifiée comme l'une des priorités de la consultation citoyenne, la question des emballages e-commerce a connu de premières avancées significatives en 2021 au sein de l'entreprise grâce au déploiement de plusieurs actions concrètes : utilisation de colis de livraison sans plastique exclusivement en carton et papier, multiplication par trois des expéditions avec des pochettes en papier kraft, réduction d'éléments d'emballages superflus, utilisation de plastique recyclé pour les emballages produits de nos marques propres... En complément, plusieurs expérimentations vont être lancées prochainement, incluant notamment l'utilisation d'emballages produits (polybags) en papier, ou l'utilisation d'enveloppes de livraison réutilisables en partenariat avec la start-up Hipli au mois de septembre 2021.

Contacts presse

Alexandra van Weddingen

Directeur de la Communication Corporate - groupe Galeries Lafayette

avanweddingen@galerieslafayette.com

+33 1 45 96 68 44

A propos du groupe Galeries Lafayette

Spécialiste de la mode implanté au cœur des villes, le groupe Galeries Lafayette est un groupe marchand, familial, privé, héritier de 125 ans d'une histoire bâtie dans le commerce et la distribution. Acteur engagé pour offrir le meilleur du commerce et de la création et employeur privé de premier plan en France avec 14 000 collaborateurs, le Groupe a pour vocation d'agir comme une référence d'un commerce omnicanal et responsable au service de ses clients, et de contribuer au rayonnement de l'Art de Vivre à la française. Avec des ventes au détail de 4,5 milliards d'euros, le Groupe bénéficie aujourd'hui d'une reconnaissance internationale reposant sur ses marques emblématiques : Galeries Lafayette, BHV MARAIS, La Redoute, Eataly Paris Marais, Galeries Lafayette-Royal Quartz Paris, Louis Pion, Mauboussin et BazarChic. Il accompagne la transformation patrimoniale, digitale et créative de celles-ci avec le concours de Citynove et Lafayette Anticipations - Fondation d'entreprise Galeries Lafayette.

Plus d'informations sur groupegalerieslafayette.fr, sur LinkedIn, sur Instagram (@groupegalerieslafayette) et sur Twitter (@Galeries_Laf)