



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Les Galeries Lafayette dévoilent un nouveau modèle de magasin au cœur de l'avenue iconique des Champs-Élysées à Paris

Paris, le 26 mars 2019

Les Galeries Lafayette annoncent l'ouverture officielle le jeudi 28 mars 2019 à 12h de leur nouveau flagship parisien situé au 60 avenue des Champs-Élysées. Avec une superficie commerciale de 6 500 m² - la plus importante de cette avenue iconique -, les Galeries Lafayette Champs-Élysées ont pour ambition d'offrir aux visiteurs parisiens, français et internationaux un concept inédit, répondant à l'émergence de nouvelles formes de consommation. Ce magasin en rupture repose à la fois sur une architecture, une sélection et un modèle de vente exclusifs, amplifiés par une série d'innovations digitales.

Un bâtiment hybride, logé dans un ensemble patrimonial « Art Déco » transformé par l'architecte danois Bjarke Ingels et son cabinet BIG - Bjarke Ingels Group

Visant à créer une plateforme d'expression globale au service des visiteurs et des marques, BIG a développé des codes architecturaux singuliers, permettant de fluidifier les échanges entre les espaces intérieurs et extérieurs, et invitant les visiteurs à déambuler au sein de quatre étages très connectés les uns aux autres, mêlant shopping, lieux de restauration et événements.

Une sélection fluide, inspirante et surprenante qui offre à voir, essayer et acheter le meilleur de la création Mode, Food et Lifestyle du moment

Ce flagship propose une sélection très éditée, conjuguant marques incontournables et produits iconiques, labels inédits en France ou en magasin physique, éditions limitées et collaborations spéciales, dans des espaces mixtes et multi-catégories. Le rez-de-chaussée a été pensé comme un lieu immersif et événementiel, accueillant des pop-up éphémères ainsi qu'un espace Beauté. Le premier étage propose une offre de mode dans l'air du temps, constituée des dernières tendances et de marques émergentes, tandis que les marques de luxe intemporelles et labels créatifs se sont installés au deuxième étage. Le Food Court au sous-sol accueille quant à lui une offre originale d'épicerie et de restauration, contribuant à faire de ce flagship une destination de loisirs et de rencontres à part entière.



Un nouveau modèle de vente, incarné par 300 "Personal Stylists" recrutés et formés par les Galeries Lafayette pour mieux accompagner les clients avant, pendant et après leurs visites

Sélectionnés pour leur passion de la mode et du client, ces collaborateurs ont bénéficié d'une formation exclusive imaginée avec l'Institut Français de la Mode, afin de devenir de véritables « démocratisateurs de services » et conseiller les visiteurs sur l'ensemble de leur déambulation, indépendamment des marques ou des univers. Ce parcours sans couture est optimisé par deux services digitaux spécialement développés par l'entreprise : l'application « Personal Stylist 2.0 » invitant les clients à prendre rendez-vous et à échanger avec le conseiller de leur choix, et le « cintre intelligent », innovation brevetée permettant aux visiteurs d'obtenir instantanément les informations sur un produit et sa disponibilité.

A l'occasion de cette ouverture, les Galeries Lafayette Champs-Élysées se dotent d'un logo et d'une identité visuelle spécifiques imaginés par l'agence de design M/M Paris, capitalisant sur la force des deux marques « Galeries Lafayette » et « Champs-Élysées », et reposant sur un jeu de dés et de faces aux motifs évolutifs pour révéler les multiples facettes de ce lieu hybride.

Commentant cette annonce, Philippe Houzé, Président du Directoire du groupe Galeries Lafayette, a déclaré : *« Aux Galeries Lafayette, nous avons l'habitude de dire que le futur commence dans le passé. En prenant pied sur les Champs-Élysées, notre Groupe va non seulement écrire un nouveau chapitre de son histoire entrepreneuriale et familiale, mais aussi réaliser le rêve de son fondateur. Un rêve formulé il y a près de 100 ans à l'angle des « Champs » et de la rue La Boétie, où Théophile Bader prévoyait de bâtir en 1927 un lieu à mi-chemin entre le commerce, les services et le divertissement. Près de 90 ans plus tard, nous sommes aujourd'hui très heureux de poursuivre son dessein grâce à un concept de magasin à la fois historique et disruptif, qui contribue également - en associant les deux marques iconiques « Galeries Lafayette » et « Champs-Élysées » à faire rayonner un certain Art de Vivre à la française et participer au renouveau de cette avenue mondialement reconnue. »*

Nicolas Houzé, Directeur Général des Galeries Lafayette et du BHV MARAIS, a également déclaré : *« Alors que nous sommes engagés dans une transformation profonde de notre entreprise visant à devenir leader d'un commerce omnicanal, spécialiste de la mode aux racines françaises et au rayonnement international, l'inauguration des Galeries Lafayette Champs-Élysées marque une étape fondamentale dans l'ambition que nous nous sommes fixée. Ce nouveau concept de magasin a été pensé pour être un « laboratoire du commerce » et change en profondeur la relation de notre marque avec ses clients, ses partenaires et ses collaborateurs. En cela, il répond à l'émergence de nouvelles formes de consommation et de collaboration, il est ouvert à toutes les idées qui transforment le monde.»*



6 500 m² d'un commerce Lifestyle très innovant

0

Le rez-de-chaussée, un lieu d'activation et d'expérience

Plongeant immédiatement les clients dans l'univers singulier du magasin à travers un tunnel immersif projetant une œuvre cinématique, le rez-de-chaussée est un lobby chaleureux. Une équipe de grooms et de concierges accueillent les visiteurs dans un espace dédié aux prises de parole du magasin et aux projets spéciaux de marques invitées.

Cet étage dévoile également l'espace Beauté, placé sous le signe de l'expérience à travers trois univers centrés sur le bien-être et l'attention à soi : le Parfum proposant une sélection de marques d'exception et de maisons de niche, le Make-up et le Soins.

+1

Un premier étage mixte dédié aux marques créatives et émergentes

Constitué de marques modes reconnues pour leur style et leur vision créative, cet étage vit au rythme des collaborations et des éditions limitées.

L'offre Maroquinerie présente une sélection de marques émergentes, à proximité d'un espace dédié aux Bijoux, d'une sélection unisexe de Sneakers, d'un Denim Lab, et d'une offre de design Cadeaux et Tech.

Un espace singulier baptisé *Buy now, Wear now* se réinvente au gré des saisons pour proposer une offre ancrée dans l'instantanéité.

Ce niveau dévoile un café inédit baptisé Citron : imaginé par Simon Porte Jacquemus et le Groupe Caviar Kaspia, ce concept dédié à la douceur de vivre est installé à proximité de l'escalier podium, offrant une halte privilégiée au cœur du magasin et face à l'avenue.

+2

Un deuxième étage mixte qui réinterprète les codes du luxe

Accueillant les maisons de luxe emblématiques de la mode féminine et masculine, ainsi que des labels de créateurs reconnus faiblement diffusés, cet étage vise à proposer une offre de mode inattendue et émotionnelle, à forte personnalité, mise en scène à travers six boîtes de verre suspendues pensées comme des vitrines intérieures.

A proximité du restaurant Oursin également conçu sous la direction artistique de Simon Porte Jacquemus et opéré par la maison Kaspia, une sélection très éditée de Joaillerie côtoie les univers de la Maroquinerie et du Soulier constitués de marques plus établies.

-1

Un sous-sol imaginé comme un Food Court

Ce niveau accueille une offre originale d'épicerie et de restauration : l'espace se divise en deux univers, sucré et salé, où 10 comptoirs sont disposés autour de larges tables d'hôte conviviales. Pour ce premier Food Court parisien ouvert 7j/7, les partenaires ont imaginé de nouveaux concepts, portés par de nouvelles offres et signatures exclusives.



Contacts presse

Alexandra van Weddingen

Directeur de la Communication Corporate - groupe Galeries Lafayette

avanweddingen@galerieslafayette.com

+33 1 45 96 68 44

Eva Perret

Chargée de Communication Corporate senior - groupe Galeries Lafayette

eperret@galerieslafayette.com

+33 1 42 82 34 04

A propos des Galeries Lafayette Champs-Élysées

En 2019, les Galeries Lafayette s'installent au 60 avenue des Champs-Élysées à Paris. Avec une superficie commerciale de 6 500 m² - la plus importante de l'avenue -, cette nouvelle adresse a pour ambition d'offrir aux visiteurs parisiens, français et internationaux un modèle de magasin singulier, intime et réactif, en phase avec de nouvelles formes de production et de consommation. Ce concept innovant repose sur un geste architectural unique, une sélection inspirante et surprenante, et un nouveau modèle de vente exclusif.

60 avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris

Ouvert du lundi au samedi de 10h30 à minuit, le dimanche de 10h30 à 21h

www.galerieslafayettechampselysees.com

[@galerieslafayettechampselysees](https://www.instagram.com/galerieslafayettechampselysees)

A propos des Galeries Lafayette

Leader français des Grands Magasins et célèbres dans le monde entier, les Galeries Lafayette sont depuis 120 ans un spécialiste incontesté de la mode et du commerce événementiel, ayant pour vocation de faire de chaque visite une expérience unique et de proposer à leurs clients français et internationaux une sélection de marques sans cesse renouvelées, allant de l'accessible au premium. Présentes sur les segments de la mode et de l'accessoire, de la beauté, de la décoration, de l'alimentation, de la restauration et de l'outlet, les Galeries Lafayette rayonnent grâce à un réseau de 62 magasins en France et à l'international - incluant le navire amiral du boulevard Haussmann à Paris - et à leur site marchand, galerieslafayette.com. Plus d'informations sur galerieslafayette.com.

