



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Les Galeries Lafayette inaugurent officiellement leur flagship de Shanghai avec des collaborations exclusives et le lancement d'un mini programme WeChat

Shanghai, le 25 octobre 2019

Les Galeries Lafayette renforcent leur empreinte en Chine avec l'inauguration officielle de leur nouveau flagship situé à Shanghai, au cœur du centre commercial L+Mall dans le quartier à fort potentiel de Pudong. Ce magasin de 25 000m² vient confirmer l'ambition des Galeries Lafayette de devenir un acteur référent de la mode premium en Chine, grâce à une sélection sur-mesure de marques et d'expériences répondant aux attentes spécifiques d'une clientèle de plus en plus férue des dernières tendances.

Pour célébrer cette inauguration, les Galeries Lafayette ont imaginé une série d'animations et de collaborations uniques mêlant mode, design et Art de Vivre à la française au sein d'un magasin à l'architecture audacieuse, qui accueille notamment une œuvre monumentale baptisée « Danse d'ellipses », déployée sur plusieurs étages et imaginée par l'artiste Felice Varini.

La Maison Paco Rabanne est l'invitée d'honneur de cette ouverture, et dévoile pour l'occasion son premier « shop-in-shop » en Chine avec une présentation exhaustive de ses collections, et un pop-up expérientiel qui investit le rez-de-chaussée. Dix créateurs chinois en plein essor ont également été invités à réinterpréter trois vêtements français emblématiques (le trench coat, la marinière et la petite robe noire) qui seront vendus en exclusivité par le magasin. A chaque étage, des espaces multimarques dédiés baptisés « EDIT by Galeries Lafayette » proposent une sélection de marques françaises, locales et internationales allant des designers les plus demandés aux noms les plus confidentiels et aux talents émergents. En termes d'animation, l'artiste contemporain André Saraiva a été invité à revisiter l'identité visuelle des espaces, plongeant les clients dans l'atmosphère animée et authentique de Paris le temps de leur visite.

Afin de prolonger cette expérience en ligne, les Galeries Lafayette lancent également leur premier mini-programme sur la plateforme WeChat, fréquentée chaque mois par plus d'un milliard d'utilisateurs. Pensé comme une source d'inspiration sur la mode, ce programme propose des pop-ups thématiques réguliers et de nombreuses exclusivités de grandes marques disponibles durant 72 heures. Pour ce lancement, le premier pop-up du programme célébrera le meilleur de la mode grâce à une sélection de marques et de produits aux couleurs tricolores développés spécialement pour l'occasion. Le programme de fidélité des Galeries Lafayette en Chine a également été repensé et intégré au mini programme WeChat, permettant aux clients d'accéder à une offre personnalisée et régulièrement renouvelée depuis leur mobile.

A l'occasion de cette ouverture, Nicolas Houzé, Directeur général des Galeries Lafayette et du BHV Marais, a déclaré : « Nous sommes fiers de célébrer aujourd'hui l'inauguration officielle de notre deuxième flagship en Chine. Ce pays représente plus que jamais un marché stratégique pour les Galeries Lafayette, au cœur duquel nous prévoyons d'ouvrir jusqu'à 10 magasins à horizon 2025. Alors que les clients chinois deviennent de plus en plus exigeants en matière de mode, nous sommes convaincus que les Galeries Lafayette sont bien placées pour leur offrir une expérience différente, reposant sur une mode audacieuse et engagée. Le lancement de notre mini-programme WeChat nous permet également de continuer à les inspirer dans leur exploration quotidienne de la mode et de la culture au-delà des murs du magasin. »

Contacts presse

Alexandra van Weddingen - Groupe Galeries Lafayette

Directrice de la communication corporate

avanweddingen@galeriesslafayette.com

+33 1 45 96 68 44

Margaux Berthier

Chargée de communication corporate

mberthier@galeriesslafayette.com

+ 33 1 42 82 37 43

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 et au luxe. Présente sur les segments de la mode et de l'accessoire, de la décoration, de l'alimentation et de la restauration, la marque Galeries Lafayette rayonne grâce à un réseau de 64 magasins en France et à l'international, à son site marchand galeriesslafayette.com, et à son activité de destockage Galeries Lafayette L'Outlet.

Plus d'informations sur galeriesslafayette.com, sur Facebook et sur Instagram (@galeriesslafayette)