



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Projet d'évolution du réseau français de magasins Galeries Lafayette

Paris, le 25 août 2021

Les Galeries Lafayette engagent une nouvelle étape dans l'évolution de la gestion de leur réseau français de magasins et annoncent avoir initié un projet d'affiliation de sept établissements à la Société des Grands Magasins, une société familiale spécialisée dans le grand commerce de centre-ville. Ce projet, qui inclurait la cession des murs et fonds de commerce, concernerait les établissements d'Angers, Dijon, Grenoble, Le Mans, Limoges, Orléans et Reims. A cette occasion, Hermione People & Brands (division retail du groupe FIB), déjà partenaire des Galeries Lafayette, reprendrait également les magasins de Pau, Rosny et Tours, tandis que le fonds de commerce du magasin d'Avignon serait confié à Philippe Sempéré et Nicolas Chambon, affiliés du magasin de Béziers.

Trois ans après avoir affilié 22 établissements de leur parc à Hermione People & Brands, cette nouvelle étape a vocation à redynamiser ces actifs immobiliers et commerciaux de grande qualité, idéalement situés au cœur des villes de province de taille moyenne, en les confiant à des partenaires spécialistes du commerce et très engagés localement, qui s'attèleront à adapter chacun des magasins concernés aux attentes régionales de leurs clients.

Fortes de l'expérience acquise au cours des dernières années, les Galeries Lafayette ont développé un savoir-faire dédié sur ce modèle d'exploitation plus agile, qui a fait ses preuves pour l'entreprise. Il lui permettra de conserver le maillage de sa marque sur le territoire national, tout en recentrant ses priorités et efforts d'investissement sur ses plus grands magasins français, sur son accélération omnicanale et sur son développement ciblé à l'international.

A l'issue de cette opération, qui devrait se finaliser début 2022, les Galeries Lafayette exploiteraient 19 magasins en propre et 38 en franchise. Cette opération n'aurait pas d'impact sur l'emploi. Les magasins nouvellement affiliés continueront, comme le reste du réseau, à bénéficier de l'offre de mode et du plan d'animation commercial et marketing des Galeries Lafayette.

La réalisation de ce projet, qui vient d'être présenté aux instances représentatives du personnel, reste soumise au processus d'information-consultation habituel.

A l'occasion de cette annonce, Nicolas Houzé, Directeur général des Galeries Lafayette et du BHV Marais, a déclaré : « La crise que nous venons de traverser est une opportunité d'accélérer notre transformation. Plus que jamais, nous sommes convaincus de la pertinence du modèle du grand magasin, et nous souhaitons l'accompagner sous différents formats, plus ancrés localement et plus spécialisés. La nouvelle étape que nous abordons aujourd'hui avec ce projet d'affiliation de 11 magasins de notre réseau français s'inscrit dans cette perspective, et s'impose comme une solution gagnante, pour nous, pour nos partenaires affiliés comme pour les magasins concernés. Nous continuerons à faire rayonner la marque et le savoir-faire mode des Galeries Lafayette au cœur des villes françaises de taille moyenne, tout en permettant aux magasins concernés de retrouver une dynamique locale grâce au concours de partenaires très engagés. Avec désormais 19 magasins gérés en propre et 38 en affiliation, nous atteindrions un nouvel équilibre dans la gestion de notre parc. En tant qu'employeur responsable, nous resterons pleinement mobilisés aux côtés de nos collaborateurs pour les accompagner tout au long du projet, en étroite concertation avec nos partenaires sociaux. »

Contact presse

Alexandra van Weddingen

Directrice de la Communication Corporate - groupe Galeries Lafayette

avanweddingen@galeriesslafayette.com

+33 1 45 96 68 44

A propos des Galeries Lafayette

Leader français des Grands Magasins et célèbres dans le monde entier, les Galeries Lafayette sont depuis 125 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 57 magasins en France - dont 30 détenus en propre et 27 en franchise - et de huit magasins à l'international, à son site marchand galeriesslafayette.com, et à son activité de déstockage Galeries Lafayette L'Outlet. Plus d'informations sur galeriesslafayette.com, sur Facebook et sur Instagram ([@galeriesslafayette](https://www.instagram.com/galeriesslafayette))

A propos de la Société des Grands Magasins

La Société des Grands Magasins est une entreprise familiale dont l'ambition est de contribuer à la revitalisation des cœurs de ville, notamment dans les villes moyennes, en reprenant des sites existants pour les rénover et les redynamiser. Pour ce faire, elle développe une approche innovante du commerce, privilégiant : la proximité, en s'adaptant aux besoins spécifiques de chaque commune ; la convivialité, avec des expériences de shopping de grande qualité ; et des relations de confiance avec ses partenaires, commerçants, grandes marques et acteurs locaux. A date, elle possède et exploite une dizaine de centres commerciaux, dans toute la France.

A propos d'Hermione People & Brands

Hermione People & Brands est la division Retail du groupe FIB, un groupe familial français qui s'est imposé au fil du temps comme l'un des acteurs les plus dynamiques en matière d'investissement, de gestion d'actifs, de développement et de valorisation de patrimoine. Hermione People & Brands est présidé par Wilhelm Hubner et dirigé par Samuel Alimi, son Vice-Président. Partenaire privilégié des acteurs de la distribution de proximité d'aujourd'hui et de demain, Hermione People & Brands détient un portefeuille diversifié d'enseignes phares (Camaïeu, La Grande-Récré, 22 magasins affiliés Galeries Lafayette) qu'il accompagne vers une croissance omnicanale, durable, rentable et responsable en plaçant le capital humain au cœur de leur stratégie.