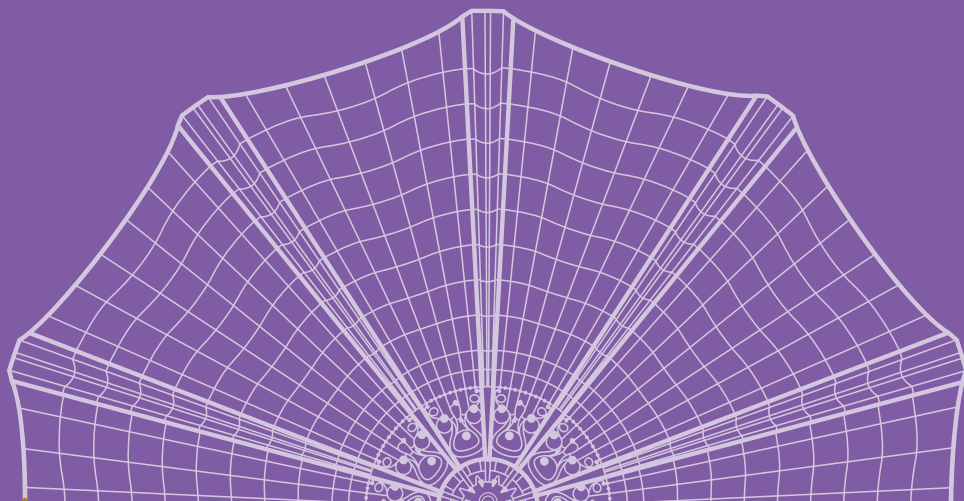


G R O U P E G A L E R I E S L A F A Y E T T E





60 M
de visiteurs par an

4,5 Md €*
de ventes au détail

dont
35 %*
de chiffre d'affaires
réalisé en digital

290*
magasins

450 000 m²
de patrimoine immobilier

Une participation
significative dans le
groupe Carrefour

Fondé en 1894, le groupe Galeries Lafayette est un groupe marchand, familial, 100 % privé, héritier de 130 ans d'une histoire bâtie dans le commerce et la distribution.



Ginette Moulin
Présidente de Motier
Holding du groupe Galeries Lafayette



Patricia Moulin Lemoine
Présidente du Conseil de Surveillance



Philippe Houzé
Président du Directoire



Nicolas Houzé
Directeur général Galeries Lafayette et BHV MARAIS
Membre du Directoire



Ugo Supino
Chief Financial Officer
Membre du Directoire



Guillaume Houzé
Directeur Image et Communication
Membre du Directoire



Arthur Lemoine
Directeur de l'Offre et des Achats
Galeries Lafayette et BHV Marais
Membre du Directoire

*Un groupe engagé,
leader du commerce physique et digital,
aux racines françaises
et au rayonnement international*

Spécialiste de la mode implanté au cœur des villes, le groupe Galeries Lafayette se développe comme une référence du commerce engagé et omnicanal, contribuant au rayonnement d'un certain Art de Vivre à la française à travers ses marques.

Fort de son patrimoine architectural et d'une solide culture de l'innovation, le groupe Galeries Lafayette accueille chaque année plus de 60 millions de visiteurs dans 290 magasins et sur ses sites e-commerce. Il entretient un lien historique et affectif avec ses clients qui continue à vivre sur tous ses points de rencontre, physiques ou digitaux, pour leur offrir le meilleur du commerce et de la création.

Le Groupe bénéficie aujourd'hui d'une reconnaissance internationale reposant sur des marques emblématiques : Galeries Lafayette, La Redoute, Mauboussin, Galeries Lafayette-Royal Quartz Paris, Louis Pion et BazarChic. Il accompagne la transformation patrimoniale, digitale et créative de celles-ci avec le concours de Citynove et de Lafayette Anticipations - Fondation d'entreprise Galeries Lafayette.

Employeur privé de premier plan en France avec 8500 collaborateurs, le groupe Galeries Lafayette assoit son identité sur des valeurs fondatrices : la passion du client, l'audace d'innover, l'engagement collectif et le goût de l'excellence.

Une entreprise familiale

Le 15 janvier 1894, deux cousins alsaciens, Théophile Bader et Alphonse Kahn, ouvraient le magasin de nouveautés "Aux Galeries Lafayette" à Paris avec une ambition, celle de donner accès au meilleur du commerce et de la création.

Près de 130 ans plus tard, le groupe Galeries Lafayette continue de faire vivre cet engagement au quotidien, fort des valeurs familiales qui l'animent depuis cinq générations. Incarnée dans l'actionariat et la transmission de la direction de l'entreprise, cette filiation, unique au sein de la gouvernance des grands magasins français, confère une identité singulière au Groupe.

Héritière de cette histoire centenaire, la famille actionnaire a su garder intactes la vision et l'audace qui ont présidé à la naissance du grand magasin. Elle continue aujourd'hui d'œuvrer au développement du Groupe et de ses enseignes en France et à l'international, inscrivant durablement son histoire dans celle du commerce du XXI^e siècle.



Galeries Lafayette en 1904
© Archive des Galeries Lafayette



Théophile Bader (1864 - 1942)

*Construire un groupe innovant
et leader du commerce omnicanal*



Des sites marchands et des services omnicanaux pensés pour fluidifier et amplifier l'expérience de shopping

Pour s'adapter aux nouveaux modes de consommation et répondre aux attentes de ses visiteurs quel que soit le point de contact qu'ils recherchent, le groupe Galeries Lafayette est engagé dans une démarche de transformation digitale et développe un écosystème complet de commerces et de services, en ville comme en ligne.

Marques digitales et magasins physiques se complètent, se répondent et s'augmentent pour offrir à leurs clients des expériences d'achat vertueuses, uniques et sans couture.

Faire rayonner le commerce de centre-ville



Galeries Lafayette, Nice



Galeries Lafayette, Shanghai



Galeries Lafayette, Luxembourg

Le Groupe contribue au rayonnement d'un certain Art de Vivre à la française au cœur des villes où il se déploie. Il partage ses valeurs d'excellence avec ses clients, cultive le goût du bon, du beau et du bien, et imagine ses magasins comme des lieux de destination à part entière.

En France

Avec 19 magasins en propre dans les plus grandes métropoles françaises, et 38 en affiliation, le maillage territorial des magasins Galeries Lafayette représente une force singulière de son modèle, participant activement à l'attractivité et à la dynamique locale.

À l'international

Cultivant depuis sa création son empreinte hors des frontières et s'appuyant sur la force de sa marque Galeries Lafayette, le Groupe a vocation à développer des flagships en franchise ou joint-venture, de façon ciblée dans les grandes capitales mondiales notamment en Asie et au Moyen-Orient, avec l'ambition d'en faire des ambassadeurs de référence de l'Art de Vivre et de la mode à la française.

RESEAU FRANCAIS GALERIES LAFAYETTE EN PROPRE

**Hausmann, Champs-Élysées,
Annecy, Beaugrenelle, Biarritz,
Bordeaux, Carré Sénart,
Clermont-Ferrand, Lyon Bron,
Lyon Part Dieu, Marseille
Bourse, Marseille Prado,
Metz, Montpellier, Nantes,
Nice CAP3000, Nice Massena,
Strasbourg, Toulouse**

PRÉSENCE INTERNATIONALE

**Chongqing, Doha, Dubaï,
Jakarta, Luxembourg, Macao,
Pékin, Shanghai et Shenzhen**

À VENIR

Bombay, Riyad



Nouvelles Galeries d'Annecy

Citynove, accompagner la transformation patrimoniale des magasins

Citynove gère et valorise le patrimoine immobilier du groupe Galeries Lafayette en développant des projets innovants. L'activité d'Asset Management contribue à la réinvention du commerce physique à travers la revitalisation urbaine, environnementale, culturelle et sociale des centres-villes en France.

De Rem Koolhaas à Bjarke Ingels ou Norman Foster, de Moatti-Rivière à Amanda Leveté, de Jamie Fobert à Manuelle Gautrand ou Martin Boyce, Citynove fait appel aux plus grands architectes et artistes pour mener à bien ses projets au cœur des villes.

350 000 m²
de patrimoine
sous gestion

150
actifs
immobiliers

450 000 m²
de patrimoine
immobilier

Promouvoir la rencontre du commerce et de la création

Depuis toujours, le groupe Galeries Lafayette considère qu'il est de sa responsabilité de susciter l'émotion et de démocratiser l'accès à la culture à travers ses magasins. De Gabrielle Chanel à Pierre Paulin, de Louis Majorelle à Charlotte Perriand, de Marcel Duchamp à David Lynch, le Groupe agit comme médiateur entre des artistes emblématiques, de jeunes créateurs prometteurs et le grand public.

En invitant artistes, designers et architectes à concevoir des lieux chaleureux, ouverts et poétiques, le groupe Galeries Lafayette fait de ses marques des destinations de shopping autant que de plaisir.

En 2010, le Groupe a souhaité s'engager davantage dans le tissu culturel et renforcer son rôle actif auprès des artistes en portant son regard sur les institutions et la vie culturelle des villes dans lesquelles ses magasins sont implantés : une politique de mécénat ambitieuse et pérenne soutient ainsi des projets artistiques innovants.

En 2013, le Groupe a créé sa Fondation d'entreprise d'intérêt général, Lafayette Anticipations, traduisant à grande échelle son engagement en faveur des artistes et de la création, et participant pleinement à l'attractivité culturelle de la ville de Paris.



Light Machine, Xavier Veilhan
Diane Arques_Adagp, Paris



Soutien aux Fontaines des
Champs-Élysées
Ronan & Erwan Bouroullec



Oeuvre de Martin Boyce
Eataly Paris Marais

LAFAYETTE ANTICIPATIONS

Fondation d'entreprise Galeries Lafayette



Lafayette Anticipations, la Fondation d'entreprise Galeries Lafayette dédiée à la création

Lafayette Anticipations - Fondation d'entreprise Galeries Lafayette est une fondation d'intérêt général qui offre aux créateurs internationaux issus de l'art contemporain, du design et de la mode des moyens de production sur mesure pour créer, expérimenter et exposer des œuvres nouvelles.

Lafayette Anticipations est installé en plein cœur du Marais à Paris, au 9 rue du Plâtre, dans un bâtiment réhabilité par l'architecte Prix Pritzker Rem Koolhaas et son agence OMA. Premier centre pluridisciplinaire de cette nature en France, la Fondation est inscrite au cœur d'un paysage culturel parisien et d'un réseau d'institutions internationales.

Accompagnant la transformation créative du Groupe, Lafayette Anticipations est un lieu de vie et de discussion pour générer et stimuler tous les échanges, produire des formes autant que des idées, dans une dynamique héritée de celle qui anime les magasins.

2013
Création de
Lafayette Anticipations

2018
Ouverture au public du bâtiment
réhabilité par Rem Koolhaas et OMA

2 200 m²
dédiés à la création
au cœur du Marais

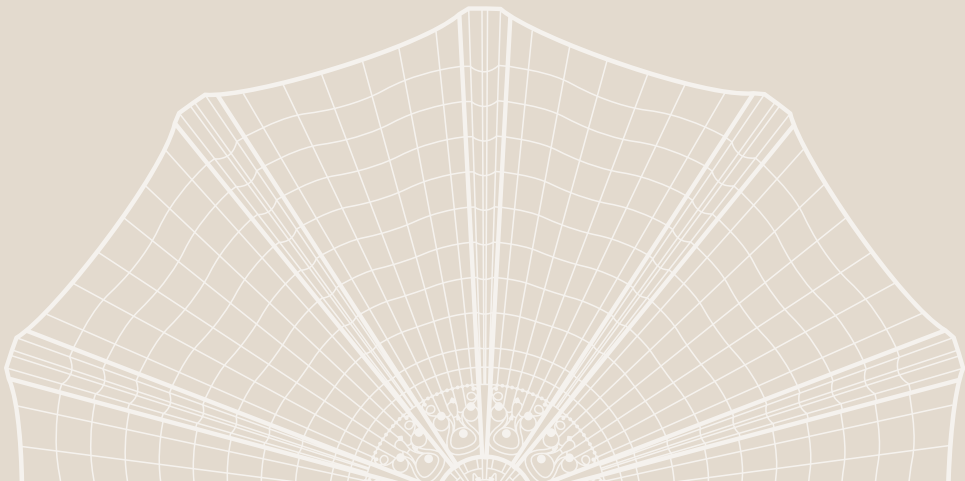
NOS ENGAGEMENTS

Une groupe engagé en faveur d'un
commerce éthique et responsable
p12

Trois champs d'actions prioritaires
p13

Go for Good, pour une mode plus responsable
p14

Des objectifs concrets
en faveur de la mode responsable
p15



Un groupe engagé en faveur d'un commerce éthique et responsable

Conscient des responsabilités liées à son statut de leader des métiers de la mode et du lifestyle, le groupe Galeries Lafayette est engagé depuis ses origines en faveur d'un commerce plus juste et durable.

Cette vision s'incarne à travers trois champs d'action prioritaires visant à répondre aux enjeux-clés de responsabilité sociale et solidaire, d'impact environnemental et de mode responsable.



Trois champs d'actions prioritaires



Agir en tant qu'employeur responsable et solidaire

Déployer une politique d'accompagnement de ses collaborateurs centrée sur leur bien être, leur engagement et la diversité de profils, mais aussi soutenir des activités d'intérêt général et inciter les collaborateurs à s'impliquer dans ces projets.

5,3 %

d'employés en situation de handicap

92 / 100

Index d'égalité femmes-hommes

65 %

de cadres femmes



Réduire notre impact environnemental

Contribuer à réinventer son activité de commerce de coeur de ville pour répondre aux enjeux urbains de demain, via des bâtiments plus durables, des modes et circuits de transport plus vertueux et une utilisation plus circulaire de la matière.

- 37 %

d'émissions de CO₂ pour le transport de marchandises en 2022 (vs 2019)

- 8 %

de consommation d'énergie entre 2019 et 2022

- 16 %

d'emballage / expédition e-commerce vs 2020



Se positionner comme vitrine de la mode responsable

Garantir l'exemplarité des marques propres du Groupe, mais aussi mettre en lumière et encourager les initiatives de ses marques partenaires et de la jeune création en faveur d'une mode plus responsable.

+ 1000

marques engagées en faveur du label Go for Good au sein des Galeries Lafayette

55 %

des produits de la marque propre répondent à un critère Go for Good en 2022

21 %

de l'offre en ligne et en magasin répondant à des critères responsables

Go for Good, pour une mode plus responsable

En 2018, le groupe Galeries Lafayette a lancé Go for Good, son label collectif et engagé en faveur d'une mode plus responsable, visant à valoriser les actions positives d'une communauté de 1000 marques et partenaires présents dans ses magasins et sur ses sites marchands, qui accélèrent la transformation du secteur de la mode.

Favorisant la création en faveur du bien commun, la stratégie développée autour du label Go for Good se poursuit au sein des différentes marques du groupe Galeries Lafayette et invite l'ensemble des clients, des marques et des collaborateurs à s'inscrire dans une logique vertueuse de progrès.

Conjuguer recherche de style et recherche de sens, tel est l'objectif du label Go for Good, qui s'appuie sur un cahier des charges rigoureux, formulé à partir de critères spécifiques et ambitieux.



Impact réduit sur l'environnement

Les matières utilisées, les procédés de fabrication, l'usage ou la fin de vie sont respectueux de l'environnement.



Fabrication française

La fabrication en France contribue de manière significative à la préservation des savoir-faire et de l'emploi local.



Produits solidaires

La fabrication ou la commercialisation contribue au développement social et à la lutte contre la pauvreté et l'exclusion.

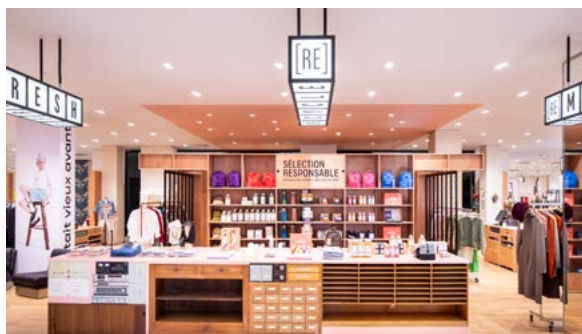
Des objectifs concrets en faveur de la mode responsable

Soucieux de garantir l'exemplarité et d'encourager les initiatives en faveur d'une mode plus responsable, le Groupe a renforcé ses engagements en se fixant une série d'objectifs concrets et mesurables à horizon 2024.

Qu'il s'agisse d'assurer l'exemplarité de sa marque propre Galeries Lafayette ou de déployer des emballages 100 % recyclables, de favoriser le déploiement de jeunes marques aux modèles favorisant la mode circulaire ou de démocratiser la seconde main, ces objectifs visent à mobiliser l'ensemble des parties prenantes du secteur de la mode pour faire évoluer l'industrie dans sa globalité.

Le (RE)STORE Galeries Lafayette, un laboratoire d'envergure dédié à la seconde main et à la mode circulaire

Le (RE)STORE Galeries Lafayette est un espace de 500 m² situé au troisième étage du bâtiment principal Coupole des Galeries Lafayette Haussmann, entièrement dédié à la seconde main et à la mode circulaire.



Ce lieu a été pensé comme un 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. Il a vocation à être déployé de façon ciblée au sein des magasins du réseau français Galeries Lafayette situés dans les grandes métropoles.

NOS MARQUES

Galleries Lafayette
p17

Galleries Lafayette Haussmann
p18

Galleries Lafayette Champs-Élysées
p19

La Redoute
p20

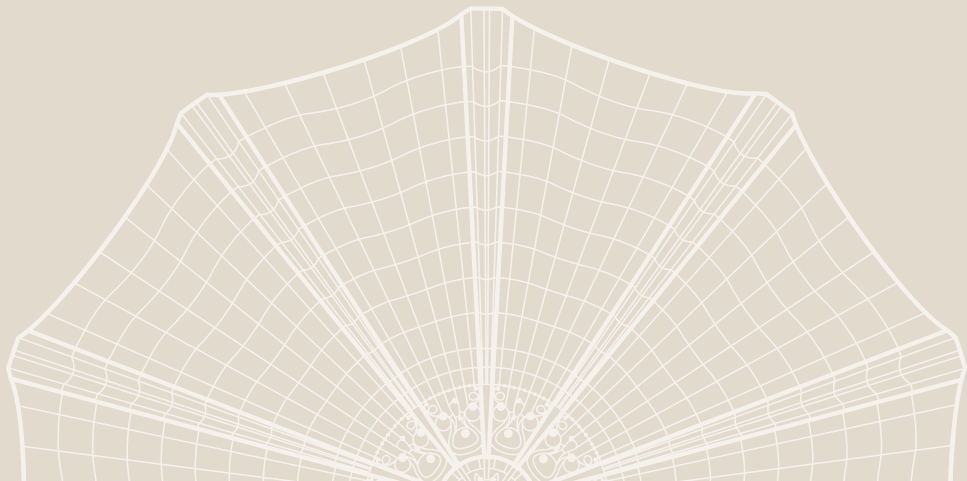
Louis Pion
p21

Galleries Lafayette-Royal Quartz Paris
p22

Mauboussin
p23

Eataly Paris Marais
p24

Activité offprice physique et digitale
p25



Galerias Lafayette

Leader français des Grands Magasins et célèbres dans le monde entier, les Galeries Lafayette s'imposent comme un spécialiste incontesté de la mode et du commerce évènementiel, ayant pour vocation de faire de chaque visite une expérience unique et de proposer à leurs clients français et internationaux une sélection sans cesse renouvelée des meilleures marques, 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 68 magasins en France et à l'international, et à son site marchand galeriaslafayette.com.



57

magasins en France dont 19 détenus
en propre et 38 en franchise

2,8 M

de visiteurs par mois
sur galeriaslafayette.com

11

magasins internationaux
à date et à venir

Galleries Lafayette Paris Haussmann
le « magasin monde »



Depuis leur création en 1894, les Galleries Lafayette Haussmann battent au cœur de Paris. Ce magasin centenaire et sa légendaire coupole Art Nouveau révèlent l'énergie de la création et donnent à voir l'air du temps en accueillant plus de 2 000 marques du monde entier.

Ce « magasin monde » capital et mythique, à la fois précurseur et prescripteur, propose aux visiteurs français et internationaux un concentré de surprise et d'étonnement, avec pour vocation d'être avant tout un lieu de partage, d'influence et de culture au service de ses clients.

Celles et ceux qui le visitent sont inspirés et transformés, servis avec choix, conseillés avec cœur. Aux Galleries Lafayette Haussmann, personne n'est étranger, tout le monde est chez soi.

1^{er}

grand magasin
européen en termes
de ventes

1912

Inauguration de la coupole
conçue par
Ferdinand Chanut

35 M

de visiteurs
annuels

70 000 m²

répartis
sur quatre bâtiments

GALERIES LAFAYETTE CHAMPS-ÉLYSÉES



Installées au 60 avenue des Champs-Élysées à Paris depuis 2019, les Galeries Lafayette Champs-Élysées ont pour ambition d'offrir aux visiteurs parisiens, français et internationaux un modèle de magasin inédit en phase avec de nouvelles formes de consommation.

Bénéficiant de la plus importante superficie commerciale de l'avenue, ce concept de 6 500 m² propose une sélection mode, food et lifestyle inspirante et surprenante, ainsi que des collaborations et événements exclusifs, pour faire vivre une expérience de shopping unique, amplifiée par l'architecture du lieu et une série d'innovations digitales.

2019

Ouverture du magasin imaginé
par l'architecte Bjarke Ingels
et son cabinet BIG

6 500 m²

Première superficie
commerciale de l'avenue

LARE
DOU
TEU



Depuis plus de 180 ans, La Redoute rend accessible l'Art de Vivre à la française en mode et décoration au plus grand nombre. La Redoute est une entreprise intemporelle, une histoire transgénérationnelle fondée sur la création et l'innovation permanente.

De la filature de laine au catalogue mythique, La Redoute est aujourd'hui le leader français du e-commerce en mode et décoration maison.

Avec plus de 6 millions de visiteurs uniques chaque mois sur son site web, La Redoute est le seul acteur du e-commerce à savoir créer, distribuer et livrer son offre à plus de 10 millions de clients en France comme à l'international, en proposant une expérience d'achat de référence.

10 M

de clients en France
et à l'international

50

corners AMPM
et La Redoute Intérieurs
dans les magasins
Galeries Lafayette

LOUIS PION



Leader français de la distribution horlogère multimarque, Louis Pion s'appuie sur un réseau de 76 boutiques en centres-villes / centres commerciaux, et 40 corners dans les Galeries Lafayette, un site marchand et une offre de plus de 80 marques de montres et de bijoux allant de l'accessible au premium.

Prescriptrice de tendances, experte et engagée en faveur d'une consommation plus durable, la marque s'amuse, innove et se réinvente au fil des années pour toujours mieux servir ses clients.

116
boutiques
et points de vente

2019
Prix LSA du meilleur produit
RSE pour la marque propre
Louis Pion

2021
Nouveau concept
114 av. Victor Hugo

NOS MARQUES

Galeries
Lafayette

ROYAL QUARTZ PARIS



Référence de haute horlogerie et de joaillerie en centre-ville, Galeries Lafayette-Royal Quartz Paris offre à ses clients français et internationaux un accès privilégié aux plus prestigieuses marques de montres et de joaillerie, ainsi qu'une qualité de service unique dans des espaces luxueux et contemporains. Grâce à ses trois flagships parisiens, lyonnais et luxembourgeois, ainsi qu'à sa boutique en ligne, la marque propose l'expérience d'un luxe décomplexé à la fois inclusif et créatif, à l'image de la collection accessible et audacieuse, Galeries Lafayette La Joaillerie.

Galeries Lafayette-Royal Quartz Paris bénéficie également d'un savoir-faire historique reconnu en matière de travel retail en tant que partenaire privilégié de Paris Aéroport dont il exploite 12 boutiques d'horlogerie et de joaillerie de luxe dans les terminaux de Roissy Charles de Gaulle et d'Orly.

16

boutiques

2018

Nouveau concept
10 rue Royale à Paris

2021

Lancement de la collection
Galeries Lafayette La Joaillerie

MAUBOUSSIN



Fondée en 1827, la maison Mauboussin est considérée depuis près de deux siècles comme l'un des fleurons de la haute joaillerie française. Novateur et avant-gardiste, l'artiste joaillier conçoit ses fabuleuses créations comme un art décoratif, lui valant une reconnaissance en France et au-delà des frontières.

Depuis 2002, Mauboussin a considérablement développé son réseau de distribution, fort de 62 points de vente en France, une vingtaine à l'international et plus de 200 distributeurs dans le monde.

La Maison porte haut les couleurs de la création française avec audace et originalité à travers des collections joaillères et horlogères volontairement accessibles et intergénérationnelles, pensées et créées avant tout pour la Femme.

1827
Création
de Mauboussin

+ de 100
points de vente en France
et à l'international

2019
Acquisition par le groupe
Galeries Lafayette

EATALY

PARIS MARAIS



Eataly Paris Marais, dont le groupe Galeries Lafayette détient la franchise exclusive en France, a ouvert ses portes en 2019 à Paris.

Phénomène mondial créé en 2007 par Oscar Farinetti, ce marché italien participe au renouveau de l'offre d'épicerie, de produits frais et de restauration de la capitale en favorisant des circuits courts, sûrs, sains.

Situé au 37 rue Sainte-Croix de la Bretonnerie, Eataly Paris Marais propose sur 2 500 m² des produits à la fois accessibles et de grande qualité, sélectionnés auprès d'artisans, éleveurs et producteurs responsables.

15
espaces d'alimentation
et de restauration

+ de 1200
références d'épicerie fine
sur eataly.fr

+ de 1 600
vins italiens disponibles
en magasin

BAZARCHIC

Galerías
Lafayette
L'OUTLET



À travers sa marque BazarChic et son concept Galeries Lafayette L'Outlet, le groupe Galeries Lafayette est présent dans le domaine du commerce offprice physique et digital.

Acteur e-commerce de premier plan, BazarChic est l'un des leaders français des ventes événementielles, spécialiste des univers de la mode, de la maison et du vin. Opérant en France, en Belgique, au Luxembourg et en Suisse, BazarChic propose les plus belles marques aux meilleurs prix sur son site internet et ses applications. BazarChic revendique une communauté de plus de 2 millions de membres actifs.

Fort d'un réseau de 12 magasins en France, Galeries Lafayette L'Outlet propose une seconde vie aux collections des saisons précédentes issues d'un assortiment de marques de prêt-à-porter, d'accessoires et de chaussures pour l'Homme, la Femme et l'Enfant.

2006
Création
de BazarChic

2 M
de membres

12
Galeries Lafayette
L'Outlet

Direction de la Communication Corporate

40 boulevard Haussmann
75009 Paris

contactgroupe@galerieslafayette.com

www.groupegalerieslafayette.fr



@Galleries_Laf



Groupe Galeries Lafayette



@groupegalerieslafayette



Groupe
GALERIES
Lafayette