



G A L E R I E S L A F A Y E T T E
B E A U G R E N E L L E

*Galleries
Lafayette*

SOMMAIRE



UN NOUVEAU GRAND MAGASIN
DE PROXIMITÉ AU CŒUR DE L'OUEST PARISIEN

page 4

UN CONCEPT ARCHITECTURAL
QUI JOUE LA CARTE DU CONTRASTE

page 6

UNE OFFRE PREMIUM SUR-MESURE
POUR UNE CLIENTÈLE URBAINE ET FAMILIALE

page 8

UNE PALETTE DE SERVICES
POUR PARFAIRE L'EXPÉRIENCE CLIENT

page 14



UN NOUVEAU GRAND MAGASIN DE PROXIMITÉ AU COEUR DE L'OUEST PARISIEN

A l'automne 2019, les Galeries Lafayette ouvrent les portes de leur nouveau grand magasin de proximité à Paris au cœur du bâtiment *Panoramic* de Beaugrenelle, opéré par Apsys et fréquenté chaque année par 13 millions de visiteurs. En s'installant au sein de ce lieu très accessible de l'Ouest parisien, à quelques pas de la Tour Eiffel, les Galeries Lafayette renforcent leur maillage au cœur de la capitale dans un emplacement complémentaire de leurs implantations du boulevard Haussmann et des Champs-Élysées.

Fort de 8000 m² répartis sur quatre niveaux, ce magasin résolument ancré dans son environnement local est une nouvelle illustration de la démarche de modernisation du réseau français des Galeries Lafayette. Il s'appuie sur des codes architecturaux qui lui sont propres avec une identité visuelle ludique s'inspirant des aires de jeux urbaines de la capitale. Plusieurs zones d'expression dédiées se parent d'un mobilier et d'un revêtement qui font écho à cette thématique, créant des univers récréatifs et originaux à chaque étage. Le duo d'architectes Valode & Pistre, à l'origine de la construction du vaste atrium central du bâtiment, a été mis à contribution pour prolonger le motif kaléidoscope de la verrière sur les deux étages supérieurs du magasin, créant une œuvre colorée tout en hauteur.

Pour ce nouveau magasin parisien, les Galeries Lafayette ont imaginé une offre répondant aux attentes des familles et des jeunes adultes fréquentant régulièrement Beaugrenelle, qui s'exprime à travers de nombreux espaces multimarques allant de l'accessible au premium, mêlant marques créatives faiblement diffusées et valeurs sûres des vestiaires masculin et féminin. Le secteur de l'Homme a été particulièrement développé pour compléter l'offre existante du centre, de même que l'univers Enfant qui propose un ensemble de marques reconnues et plébiscitées.

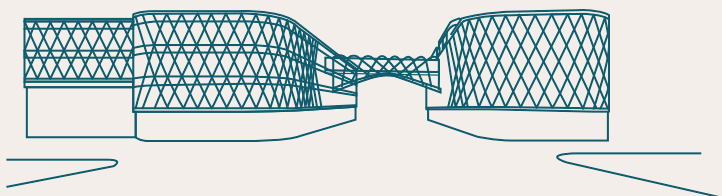
Au-delà des 400 marques présentes, un panel de services a été décliné pour faciliter et enrichir l'expérience client, à l'instar du Click&Collect, de l'encaissement mobile, de la e-réservation et d'un service détaxe en magasin. Les clients peuvent également profiter d'une cabine de soins, d'un salon VIP et d'un Nail Bar avec vue sur la Seine, tandis que des stands de personnalisation pour vêtements, bijoux et accessoires leur offrent la possibilité de réaliser des pièces uniques. Le magasin accueille également un nouveau concept de restaurant 100 % biologique baptisé « Grand Beau » qui propose des produits gourmands à des prix accessibles, dans un cadre privilégié au dernier étage du magasin.

QUELQUES CHIFFRES

- ◇ **8000 m²** de surface commerciale
- ◇ **4 étages** dédiés à la mode
- ◇ **200** collaborateurs
- ◇ **Plus de 400 marques**
- ◇ **10 espaces** multimarques
- ◇ **1 concept de restaurant** 100 % biologique



UN CONCEPT ARCHITECTURAL QUI JOUE LA CARTE DU CONTRASTE



Les Galeries Lafayette Beaugrenelle prennent place dans un lieu de shopping dont le design tout en courbes et en souplesse tranche avec son environnement direct et se veut l'incarnation d'un commerce évolutif et flexible.

Le bâtiment *Panoramic* renforce cet esprit atypique grâce à la présence d'un grand atrium dont la verrière le surplombant a été réalisée par Valode & Pistre. Le cabinet d'architectes a prolongé le motif kaléidoscope de cette verrière sur les deux niveaux supérieurs du magasin, créant ainsi une oeuvre colorée tout en hauteur.

Au coeur d'un bâtiment lumineux qui profite d'une exposition de premier plan en bord de Seine, les Galeries Lafayette ont imaginé un concept marchand inédit plongeant les visiteurs dans un univers moderne : pour séduire cette clientèle citadine et familiale, le lieu a été pensé comme un vaste terrain de jeux, linéaire et coloré, qui mise sur les matériaux et les contrastes et créé des aspérités et des sensations différentes.



Au troisième étage, une passerelle événementialisée relie directement le magasin au bâtiment *Magnetic* du centre commercial. À chaque niveau du magasin, des univers séquencés - situés sur les trémies autour de l'îlot central, dans les galeries déclinées tout en longueur et en front de Seine - présentent une sélection de marques mises en valeur par une identité visuelle propre. Dans ces zones multimarques, des revêtements similaires à ceux des jardins d'enfant et des aires sportives, des parois et un mobilier brut contrastent avec les autres espaces du magasin.



UNE OFFRE PREMIUM SUR-MESURE POUR UNE CLIENTÈLE URBAINE ET FAMILIALE

Sur les quatre étages du magasin, les Galeries Lafayette dévoilent une offre mixte qui jongle entre découvertes et valeurs sûres regroupant l'Homme, la Femme, l'Enfant mais également des espaces Beauté et Accessoires, une offre de Joaillerie et une galerie cadeaux. Le parti pris du magasin se veut différent et répond aux attentes des clients en mêlant des marques iconiques, désirables mais aussi responsables, allant de l'accessible au premium. L'accent a été particulièrement mis sur le secteur de l'Homme afin de compléter l'offre proposée à Beaugrenelle.

Le magasin a également développé de nombreux espaces multimarques proposant une prise de parole différenciante qui concentre une sélection mode, beauté et accessoires régulièrement renouvelée, afin de répondre aux attentes d'une clientèle avertie, en recherche permanente de singularité et de nouvelles tendances.



UNE SÉLECTION EXCLUSIVE DE PRODUITS « GO FOR GOOD » EN MAGASIN

Les Galeries Lafayette confirment leur engagement en faveur d'une mode plus responsable et incarné par le label « Go for Good » lancé en 2018. Deux espaces « Le Good Spot » dédiés à la Femme, à l'Homme et à la Beauté ont été mis en place au cœur du magasin, valorisant une offre locale et présentant un bénéfice social et environnemental. Facilement identifiables grâce à une signalétique « Go for Good », ils permettent aux clients d'allier dans leurs achats recherche de tendances et recherche de sens.

Parmi les 25 marques sélectionnées, on peut notamment retrouver Ecoalf qui utilise des matières recyclées, Picture dont les produits contribuent à lutter contre le changement climatique et Sandqvist dont les sacs à dos et les accessoires sont réalisés à base de coton 100 % biologique et de matières recyclées.

Côté Femme, le vestiaire facile à vivre à faible impact écologique de la marque Patine se mêle aux sacs élégants et made in France Rue de Verneuil ou aux accessoires éco-conçus de la marque Rive Droite.



QUATRE ÉTAGES DE MODE, BEAUTÉ ET CADEAUX

REZ-DE-CHAUSSÉE

800 m² d'espace Beauté, de Maroquinerie et de Solaire ainsi qu'une galerie cadeaux.

L'espace Beauté associe des marques iconiques comme Dior ou Chanel à des marques naturelles et responsables comme Huygens, D Lab, oOlution, Saeve et Patyka.

Une cabine de soins, véritable cocon dédié au bien-être et à la beauté, invite les clients à la détente sur simple rendez-vous auprès des conseillères Beauté. Un moment de plaisir pendant lequel des mains expertes se chargent de révéler l'éclat de chaque peau grâce aux soins des plus grandes Maisons : Dior, Chanel, Sisley et Clarins.

Les marques de maroquinerie les plus désirables du moment telles que Cult Gaia, Rejina Pyo ou encore By Far complètent l'offre de l'étage.

PREMIER ÉTAGE

900 m² dédiés à la chaussure Femme, à la Bijouterie-Joallerie et la Bagagerie.

Le premier étage, dédié à l'accessoire Femme, propose trois multimarques Chaussures : un espace « Grand Froid » qui accueille notamment Sorel et Moon Boots, un espace « Mode » qui propose Ngo Shoes, SMR, Manas, Repetto ou encore Dr. Martens et enfin un espace « Créatif » regroupant entre autres Isabel Marant, Ganni, Anthology, Avril Gau, By Far, Rivecour, L'Autre Chose ou AGL.

Un espace sneakers est également présent avec des incontournables tels que Nike, Adidas, Reebok, Puma et des marques plus mode comme Mr Moustache et Converse.

L'espace Bijouterie, dans l'air du temps, affirme un positionnement créatif fort : Bonanza, Hanka IN ou Bohémian Rhapsodie proposent des bijoux avec des pierres semi-précieuses type tourmaline ou labradorite, fabriquées en France ou en Italie.

Du côté de la Joaillerie, des classiques intemporels comme La Brune & La Blonde côtoient Redline et Morganne Bello. L'espace propose également de nouvelles marques très recherchées telles que Zoë Chicco, présente en exclusivité et qui travaille des « look vintage » avec des gourmettes, perles et chevalières revisitées.

Enfin, la Haute Fantaisie joue la carte de l'originalité avec Maria Black, originaire du Danemark et spécialiste des piercing précieux et des bijoux aux designs purs, et la marque londonienne Alighieri, célèbre pour ses bijoux patinés et chargés de souvenirs.



DEUXIÈME ÉTAGE

2 100 m² consacrés à la Femme avec un espace prêt-à-porter et lingerie ainsi qu'un univers Enfant qui propose une sélection de marques particulièrement recherchées.

Le prêt-à-porter Femme allie des marques contemporaines comme Momoni à des marques plus urbaines telles que Bacon, Kenzo ou Iro. L'offre se compose de plusieurs espaces multimarques qui répondent à toutes les envies : un espace « Créatif » propose notamment une sélection de marques de créateurs en vue comme Ganni, Chiara Ferragni, Chloé Stora ou Self-Portrait.

Un espace « Grand Froid » offre des pièces premium et peu diffusées telles que les manteaux en fausse fourrure Stand, les parkas Canada Goose ou encore Woolrich.

Un espace « Jeunes Créateurs » ciblant une clientèle mode plus jeune présente des marques incontournables comme Maison Labiche, Maison Kitsune et Petite Mendigote, mais aussi des marques internationales peu diffusées en France comme Samsøe Samsøe et English Factory.

L'espace Lingerie réunit des marques séduction comme Maison Lejaby et des marques indispensables comme Love Stories, Icone Lingerie, Undress Code ou Henriette H. L'espace « Shapewear » accueille la marque Chantelle et son Soft Stretch, tandis que Naia est l'invitée de la saison, et laissera sa place par la suite à d'autres marques tout aussi attractives.

L'espace Enfant est animé par des marques incontournables et parisiennes telles que Zadig & Voltaire, Paul Smith, Kenzo ou Petit Bateau. La marque Bonton s'offre également une place de choix avec un concept-store mêlant prêt-à-porter bébé et enfant, ainsi que de la décoration.

TROISIÈME ÉTAGE

2 100 m² offrant une place de choix à l'Homme, mêlant prêt-à-porter, chaussures et accessoires avec des produits formels et urbains.

La clientèle masculine retrouve ici plusieurs multimarques dont l'espace créatif présentant des labels mode et urbains comme A.P.C, Maison Kitsune et Kenzo. L'espace « vestiaire parisien » propose des marques françaises incontournables telles que les tee-shirts Maison Labiche, les sweats sérigraphiés Cuisse de Grenouille, la marque de l'influenceur Raphael Simacourbe Insima, les accessoires, vêtements et chaussures Faguo ou les mailles et tee-shirts American Vintage.

La tendance « logo et color block » cible une clientèle plus jeune et sportive en mettant en avant une sélection Adidas, Nike, Champion et Fila à laquelle s'ajoute une offre plus formelle et moderne avec Hugo Boss ou De Fursac pour les costumes et Atelier Privé du côté des chemises.



UNE PALETTE DE SERVICES POUR PARFAIRE L'EXPÉRIENCE CLIENT

Un ensemble de services a été spécialement imaginé pour le magasin, incluant :

- ◇ Un espace accueil, détaxe et cartes de fidélité
- ◇ L'encaissement mobile
- ◇ Un espace Click&Collect qui permet de venir récupérer les produits directement en magasin en moins de 24h
- ◇ La livraison à domicile
- ◇ 2h de parking gratuites pour les clients détenteurs d'une carte de fidélité

DES ANIMATIONS ET DES ATELIERS DE PERSONNALISATION

- ◇ Une cabine virtuelle qui analyse la silhouette en quelques secondes seulement et propose une sélection de vêtements adaptés et disponibles en magasin
- ◇ Un Nail Bar au deuxième étage avec vue sur la Seine
- ◇ Des ateliers pour personnaliser lunettes de soleil ou jeans selon les envies
- ◇ Un service de gravure dans l'espace bijouterie



GRAND BEAU, LE RESTAURANT CERTIFIÉ 100 % BIO

GRAND BEAU, restaurant vivant et absolument bio, prend place au troisième étage des Galeries Lafayette Beaugrenelle. Il propose la cuisine résolument gourmande du Chef Ludovic Delille (Les Fauves, Tante Louise...), respectant les saisons, privilégiant les produits locaux et accessible à tous. Une carte bistronomie du petit-déjeuner au dîner, des formules cocktails et tapas et un brunch le samedi et le dimanche confèrent au restaurant les atouts indispensables pour devenir une référence de l'Ouest parisien. Côté décoration, Delphine Sauvaget a imaginé un endroit chaleureux et organique en déclinant le thème de « la terre » qui trouve sa pleine expression dans le bar en pisé placé au milieu de la salle.



UNE EMPREINTE MARCHANDE RENFORCÉE À PARIS

Au premier semestre 2019, le groupe Galeries Lafayette a inauguré deux nouveaux magasins parisiens avec les Galeries Lafayette Champs-Élysées et Eataly Paris Marais, qui viennent s'ajouter aux deux navires amiraux des Galeries Lafayette Paris Haussmann et du BHV Marais.

Avec l'ouverture de leur magasin de Beaugrenelle, les Galeries Lafayette renforcent leur présence au cœur de Paris et proposent une offre globale complémentaire adaptée aux envies et attentes de leurs visiteurs.

Leader français du commerce de centre-ville, les Galeries Lafayette ont fait de leur maillage territorial une force singulière de leur modèle et oeuvrent chaque jour pour l'attractivité et le dynamisme des territoires au sein desquels elles sont implantées.



BEAUGRENELLE, THE FEEL GOOD PLACE



Depuis son ouverture en octobre 2013, Beaugrenelle s'est imposé comme l'adresse incontournable du shopping premium et trendy à Paris. Situé en bord de Seine, à deux pas de la Tour Eiffel, Beaugrenelle accueille une collection de marques exceptionnelles dans les univers de la mode, de la beauté, de la maison, des loisirs et des saveurs, ainsi qu'un casting toujours renouvelé de pop-up stores. Un concept, « The Collection By », est même dédié à l'accueil éphémère de griffes novatrices ou plus confirmées. À la pointe des dernières tendances, Beaugrenelle propose un cadre d'exception propice à la contemplation ; son architecture audacieuse conçue par Valode & Pistre offre un écrin de lumière au Grand Mobile de Xavier Veilhan exposé en plein cœur de l'atrium. Ses salles de cinéma Pathé et le restaurant Eclectic portent respectivement la marque des fameux designers Ora-ito et Tom Dixon. Lieu vivant et inspirant ouvert 7 jours sur 7, Beaugrenelle propose une expérience généreuse et pleine d'attentions, ainsi qu'une programmation événementielle, artistique et culturelle riche qui en fait un véritable lieu de découvertes et d'émotions. Beaugrenelle Paris accueille 13 millions de visiteurs par an dont de très nombreux touristes. Apprécié et reconnu, le site a reçu de nombreux prix, parmi lesquels le trophée ICSC du meilleur centre commercial européen en 2015.

APSYS
FAIRE
VIBRER
LA VILLE

APSYS, ACTEUR PASSIONNÉ DE LA VILLE ET DU COMMERCE

Foncière de développement créée en 1996, Apsys conçoit, réalise et anime des lieux de commerce iconiques et des projets urbains mixtes qui font vibrer la ville, au premier rang desquels Beaugrenelle. Apsys gère un portefeuille de 34 actifs en France et en Pologne (parmi lesquels Beaugrenelle, Manufaktura, Posnania et Muse, tous lauréats du prix ICSC du meilleur centre commercial européen) et pilote cinq projets en développement dont Bordeaux Saint-Jean, opération mixte de « haute-couture urbaine », et le 10 Solférino, requalification du siège historique du Parti socialiste. Apsys Lab, plateforme d'innovation interne, analyse l'ADN des lieux et anticipe les tendances émergentes, façonnant ainsi la ville, le commerce et les usages de demain.

LISTE DES MARQUES

4711	Casc8	Gant	Lancome	Nobis	Sebago
727 Sail Bag	Caudalie	Gas	Lanvin	North Face	See By Chloé
A.p.c.	Cerruti	Geodesis	Laurence Dumont	Novex Miroirs	Self Portrait
Aqua Di Parma	Champion	Geox	Lazartigue	Novex Rasage	Serafini
Acidas	Chanel	Gérard Darel	Le Baigneur	Nuxe	Serge Lutens
Agf	Chiara Ferragni	Ghd	Le Bourget	Occitane	Seven
Agnelle	Chillys	Givenchy	Le Chat	Oolution	Shiseido
Alighieri	Chloé	Gip Vernis A Ongles	Le Coq Sportif	Opi	Simone Pérèle
American Vintage	Chloé Stora	Green Factory	Le Petit Trou	Organic Cocoon	Sisley
Annick Goutal	Christian Dior	Grenson	Le Tanneur	Orlane	Smr
Anthology	Christophe Robin	Gucci	Leon & Harper	Ouai Haircare	Soft Stretch
Apc	Clarins	Guerlain	Leonor Greyl	P. Vaux	Soline Camart
Arden	Clinique	Guess	Les Poulettes Paris	P.m. Essentiel	Specific
Aristide	Closed	Hackett	Les Tropéziennes	Paco Rabanne	St Gervais Mt Blanc
Aristocrazy	Coach	Hanka In	Levi's	Paire & Fils	St Tropez
Amrani	Colorful Standard	Happy Socks	Lexon	Palladium	Stand
Asics	Comptoir GL	Havaianas	Lierac	Panafrica	Stellar
Atelier Auguste	Converse	Henriette H	Lk Bennett	Parajumpers	Studio Celeste
Atelier Cologne	Cosmo	Hermes	Longchamp	Patine	Sunglass Hut
Atelier De L'armée	Cuisse De Grenouille	Herome	Louis Pion	Patricia Blanchet	Superga
Atelier Emma Et	Cult Gaia	Herschel	Louise Dagorne	Patyka	The Kooples
Chloé	Danse Lente	Holzweiler	Love Stories	Paul Smith	The Xouxou
Atelier Fb	De Fursac	Horn	Lovingstone	Payot	Thierry Mugler
Atelier Privé	Deciem	House 99	Mackage	Persee	Timberland
Avril Gau	Declor	Hugo Boss	Maison Boinet	Pete Sorensen /	Tommy Hilfiger
Azzaro	Delsey	Huggens	Maison Fabre	Monterey	Tommy Jeans
Bacon	Diesel	Icone	Maison Irem	Petit Bateau	Tommy Sport
Balabooste	Digel	Impetus	Maison Labiche	Petite Mendigote	Tommy Tailored
Basket Smr	Dim	Insima	Maison Lejaby	Phytosolba	Topo Designs
Baxter Of California	Dolce & Gabbana	Inuovo	Couture	Picture	Ugg
Bensimon	Dore Dore	Invicta	Manas (Tandem)	Pldm By Palladium	Undress Code
Berdoues	Dr Martens	Iro	Manucure Fdr	Plisson Rasage	Valentino
Billy Belt	Eastpak	Isabel Marant	Margherita	Polo	Van Cleef & Arpels
Biotherm	Ecoalf	Isotoner	Margot Et Tita	Prada	Vanessa Bruno
Birkenstock	Eden Park	Issey Miyake	Maria Black	Puma	Vanrycke
Bleu Foret	Ellesse	J.b. Martin	Mariner	Pyrenex	Vans
Bobbies	Embryolisse	J.p. Gaultier	Martin Margiela	Rains	Véja
Bocage	Eminence	Jerome Dreyfuss	Martinelli	Ralph Lauren	Versace
Bohemian Rhapsodie	English Factory	Jochpur	Max Mara We	Red Valentino	Victoria
Bonanza	Eolys Beaute	John Masters Organic	Mellow Yellow	Redline	What For
Bonne Maison	Esprit	Jonak	Memo	Reebok	Wolford
Bonton	Esteban	Juliette Has A Gun	Minelli	Rejina Pyo	Woolrich
Boss	Estée Lauder	Karl Lagerfeld	Mirior	Reminiscence	Yardley
Burberry	Esthederm	Kenzo	Momoni	Ren	Yves Saint Laurent
Burlington	Etoile	Kickers	Mont Blanc	Repetto	Z&Ma
By Far	Faguo	Kids And Kickers	Moon Boots	Rituals	Zadig & Voltaire
By Terry	Falke	Kitsune	Morganne Bello	Rive Droite	Zag Bijoux
Cacharel	Fashion Integrity	Kocostar	Mr Moustache	Rivecour	Zero Feel
Cadet Rousselle	Faustine	Kooples Sport	Naia	Rochas	Zespa
Cahu	Fila	Kost	Narciso Rodriguez	Roger Gallet	Zoé Chicco
Calvin Klein	Filorga	L'artisan Parfumeur	Nat Et Nin	Rue De Vermeuil	
Camille Enrico	Fjall Raven	L'autre Chose	National Standard	Saève	
Canada Goose	Foreo	La Brune & La Blonde	New Balance	Samsøe Samsøe	
Cardin	Furla	La Promenade	New Era	Samsonite	
Carhartt	Furterer	Labonal	Ngo	Sand And Sky	
Caroll	Galenic	Lacoste	Nike	Sandqvist	
Caron	Galeries Lafayette	Lancaster	Nina Ricci	Save The Duck	
Cartier	Ganni	Lancel	No Name	Schott	

GALERIES LAFAYETTE BEAUGRENELLE

7 Rue Linois - 75 015 Paris

Ouvert tous les jours
De 10h à 20h30 du lundi au samedi
Et de 11h à 19h le dimanche

WWW.GALERIESLAFAYETTE.COM

CONTACTS PRESSE

ALEXANDRA VAN WEDDINGEN

Directrice Communication corporate - Groupe Galeries Lafayette
avanweddingen@galerieslafayette.com - + 33 1 45 96 68 44

MARIE AIGLE COLOMBANI

Directrice Communication, Evénements et Partenariats - Galeries Lafayette et BHV Marais
maiglecolombani@galerieslafayette.com - +33 1 42 82 82 92

CAMILLE DOMERCQ

Responsable Communication & Influence - Galeries Lafayette et BHV Marais
cdomercq@galerieslafayette.com - +33 1 42 82 87 27

MARGAUX BERTHIER

Chargée de Communication corporate - Galeries Lafayette et BHV Marais
mberthier@galerieslafayette.com - + 33 1 42 82 37 43



*Galleries
Lafayette*