

À la peine en France, les Galeries mettent sur une montée en gamme

Les Galeries Lafayette annoncent la fermeture des magasins de Béziers et de Thiais. Mais, dans le même temps, six ouvertures sont prévues d'ici à 2018. Signe que le groupe s'engage dans un profond repositionnement.

© NICOLAS TAVENNER/REA



3,6 Mrds€

Le chiffre d'affaires en 2014

50% Le poids du seul magasin du boulevard Haussmann, à Paris, soit 1,8 Mrd€

64 Le nombre de magasins, dont 59 en France

6 Les projets d'ouvertures à court terme: 3 en France, sur les Champs-Élysées, à Marseille et à Carré-Sénart et 3 à l'étranger (Istanbul, Doha, Milan)

Source: Galeries Lafayette

Le groupe Galeries Lafayette, ces derniers temps, a beaucoup fait parler de lui pour ses actions à l'étranger. En Chine, par exemple, où il a inauguré en grande pompe son magasin de Pékin, en octobre 2013. Mais aussi avec ses annonces d'ouvertures à Doha et Istanbul, en 2017, et, dans la foulée, à Milan, en 2018. Des destinations bien plus exotiques que ne peuvent l'être les Champs-Élysées, Marseille-Prado ou Carré-Sénart. Pourtant, dans ces trois endroits, les Galeries vont ouvrir, à peu près aux mêmes dates, entre 2017 et 2018.

Premier recul pour le groupe

Le signe, en somme, que le groupe, loin d'être moribond, investit pour l'avenir. Ce qui ne

veut pas dire, évidemment, que tout aille bien, ainsi qu'en témoignent les deux annonces de fermetures prochaines des magasins de Béziers et de Thiais, et celle du remodelage de celui de Lille...

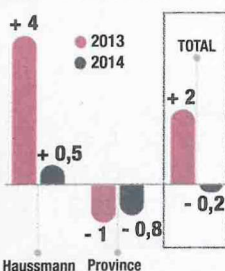
C'est que, en effet, pour la première fois, le chiffre d'affaires du groupe a reculé en 2014: -0,2%, à 3,6 milliards d'euros. Avec même le navire amiral du boulevard Haussmann, à Paris, au bord de la bascule, avec un petit +0,5%, seulement, à 1,8 milliard d'euros. Ce qui signifie, c'est mathématique, que le réseau des autres magasins français – soit 58, dont 55 en province – s'affiche, lui, en recul. Oh pas grand-chose, -0,8%, mais c'est déjà la deuxième année de suite que cela se produit, après un -1% en 2013.

Pour autant, ainsi que s'en étonne Yves Marin, senior manager chez Kurt Salmon, le bruit médiatique consécutif à l'annonce de la fermeture de ces deux magasins est largement démesuré. Indépendamment du drame que cela représente pour les salariés concernés, qu'il ne faut surtout pas minimiser, « cela fait partie de la vie normale d'un groupe », explique-t-il.

« Des étapes difficiles à passer »

A fortiori quand ce même groupe est occupé à une vaste stratégie de repositionnement, plus forcément compatible avec des implantations de proximité, déclinables en galeries commerciales. On reste ainsi bouche bée rien que d'imaginer la présence, devenue iconoclaste, d'un Galerie Lafayette à Thiais, où trône en majesté un Tati pour qui, là-bas, tout va bien merci... « Nous sommes tournés vers une stratégie plus premium qu'autrefois, reconnaît-on ainsi en interne, chez les Galeries. Ces fermetures sont des étapes difficiles à passer, mais pour autant indispensables pour nous redonner la marge de manœuvre nécessaire à notre développement. Et si l'ouverture à l'international,

UNE CROISSANCE QUI S'ÉVAPORE DANS L'HEXAGONE



Évolution du chiffre d'affaires des Galeries Lafayette en France, en 2013 et 2014, en %, versus années précédentes
Sources: Galeries Lafayette, LSA

Qu'il paraît loin ce temps où, au début des années 2010, le groupe Galeries Lafayette pouvait encore s'enorgueillir d'une croissance à deux chiffres pour son navire amiral parisien, boulevard Haussmann: +14%, encore, en 2011. Depuis? Moins bien, nettement moins: +4% en 2013 et, selon *Le Figaro*, +0,5% en 2014. Conséquence: un chiffre d'affaires juste au-dessous de la ligne de flottaison en France et un magasin de Haussmann qui peine désormais à cacher la misère provinciale: deux reculs des ventes successifs sont, en effet, à relever: -1% en 2013 et -0,8% en 2014. D'où les deux fermetures de Béziers et de Thiais.



Le magasin de Lille est dans l'incertitude quant à son avenir (lire ci-contre).

DÉVELOPPEMENT

Les stratégies

Trois magasins aux abois

Qui dit nouveau positionnement – plus premium – dit implantations plus forcément en adéquation avec la stratégie choisie. D'où les annonces des fermetures des magasins de **Béziers** (45 salariés et 80 démonstrateurs de marques) et de **Thiais** (117 salariés et 40 à 50 démonstrateurs), et du projet de rénovation du magasin de **Lille**, avec une réallocation des mètres carrés. Un projet a minima : la fermeture n'est pas encore exclue, suivant ce que donneront les négociations pour diminuer le loyer.

avec un objectif de 10 % du chiffre d'affaires en 2020, fait partie de nos priorités, cela ne signifie pas pour autant un abandon de nos ambitions en France, surtout pas, comme en

témoignent nos trois projets d'ouverture annoncés. »

En clair, on a affaire à une « banale » opération de réallocation de ressources : je ferme là où mes magasins ne sont plus en

adéquation avec les zones de chalandise et je cherche à ouvrir ailleurs...

Double dépendance

Avec, quand même, *in fine*, le risque d'une double dépendance. Celle, d'abord, du magasin Haussmann – la moitié du chiffre d'affaires, contre 38 %, seulement, selon *Le Figaro*, il y a cinq ans. Et celle liée au fait que, de cette moitié, la moitié encore est due à la clientèle des touristes, Chinois et Russes en tête. Qu'on se rassure – ou s'inquiète, c'est selon –, il en va exactement ainsi pour le voisin d'en face, Le Printemps. C'est juste que le grand magasin à la française est aujourd'hui davantage taillé pour les consommateurs étrangers que pour les autochtones. ■■

JEAN-NOËL CAUSSIL