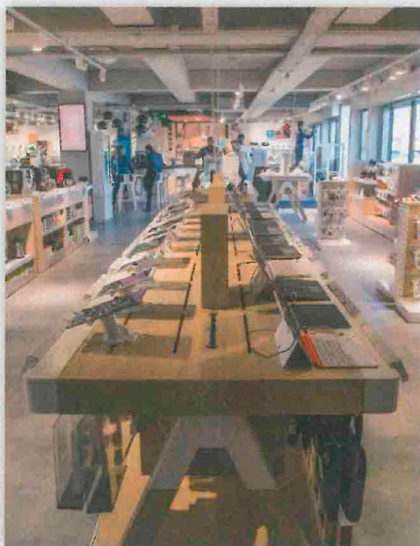


Boulangier et les Galeries Lafayette font Comptoir commun

Le groupe Galeries Lafayette et Boulangier nouent un partenariat commercial pour faire entrer l'offre Boulangier dans 24 magasins Galeries Lafayette et BHV.

A compter du mois de septembre, 24 magasins Galeries Lafayette et BHV vont accueillir une offre de produits d'électroménager et de multimédia proposée par Boulangier. Le tout avec, omnicanalité oblige, un relais web important, puisque l'offre sera également présente sur les sites marchands Galerieslafayette.com et BHV.fr.

Dans le détail, l'accord prendra deux formes distinctes. Dans son format le plus abouti, il s'agira de shops-in-the-shop Boulangier-Le Comptoir. Ce sera le cas dans cinq magasins, trois Galeries Lafayette, à Paris-Haussmann, Nice Masséna et Nice Cap 3000, ainsi que deux BHV, BHV Marais et BHV Parly 2. Les dix-neuf autres points de vente concernés proposeront l'offre de petit électroménager et de multimédia de Boulangier dans leurs rayons quand, évidemment, l'ensemble du catalogue de l'enseigne nordiste (soit 25 000 références) pourra être, lui, accessible depuis le web.



© JEREMY BIDOU BOULANGER

Le Comptoir Boulangier de Wasquehal, inauguré en mars 2017.

LES ENJEUX

→ POUR BOULANGER

Face à un Fnac-Darty devenu énorme (7,4 Mrds € d'euros de CA), Boulangier (3 Mrds € attendus pour 2018) doit, à son tour, « montrer les muscles » : d'où un premier accord aux achats avec Auchan en 2016, puis la toute récente alliance avec Expert & Connexion. Et, maintenant, cet accord commercial.

→ POUR LES GALERIES LAFAYETTE

D'abord reconnues pour la mode et la beauté, les Galeries Lafayette voient en la maison un relais de croissance intéressant à actionner. L'apport de l'offre et du savoir-faire de Boulangier (pour la livraison, l'installation ou le click & collect) sera en la matière d'une grande aide.

Le groupe Galeries Lafayette obtient par cet accord la possibilité de diversifier un peu plus son offre sur les marchés de la maison et du multimédia. Et Boulangier, de son côté, trouve matière à exposer sa sélection Le Comptoir de manière bien plus large qu'aujourd'hui.

Grands espaces

Initié début 2017 à Merlimont, près du Touquet, puis à Wasquehal, ce concept du Comptoir, condensé du meilleur de ce que sait faire Boulangier, tant en termes de produits que de services, est aujourd'hui proposé dans cinq points de vente. Il le sera donc demain avec cinq fois plus de force.

Et le sera, surtout, sur des espaces importants : ces shops-in-the-shop s'étaleront sur 150 à 200 m² à Nice, sur 500 m² à Paris-Haussmann (dispatchés en plusieurs zones du grand

magasin, et notamment dans le Lafayette Maison) et sur 1 000 m² au BHV Marais, où l'on trouvera quelque 1 500 références. « Notre volonté est de couvrir l'ensemble des marchés de la maison, petit électroménager, gros électroménager et multimédia avec une sélection des meilleurs produits et des meilleures innovations, précise Amandine de Souza, directrice du BHV Marais et directrice des achats maison pour le groupe. *Ce sont des marchés à fort potentiel et cette association va nous permettre de densifier notre offre, avec notamment les marques propres de Boulangier qui seront référencées.* »

Avec aussi, au-delà du référencement, la mise à disposition du savoir-faire de Boulangier en matière de services : livraison, installation et click & collect, par exemple. ■

JEAN-NOËL CAUSSIL

« Notre volonté est de couvrir l'ensemble des marchés de la maison, petit électroménager, gros électroménager et multimédia, avec une sélection des meilleurs produits et des meilleures innovations. »

Amandine de Souza, directrice du BHV Marais et directrice des achats maison pour le groupe



© PAUL BINDI GALERIES LAFAYETTE