



POUR UNE MODE PLUS RESPONSABLE.



COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS

NOS ENGAGEMENTS EN TROIS AXES

EMPLOYEUR RESPONSABLE ET SOLIDAIRE

p.10-13

ACTEUR DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

p.14-17

VITRINE DE LA MODE RESPONSABLE

p.10-13

MOT DU PRÉSIDENT

Le groupe Galeries Lafayette, conscient de la responsabilité sociétale liée à son statut et à ses activités, adhère pleinement au Pacte Mondial des Nations Unies, et aux dix principes qu'il promeut. Depuis plus de 6 ans maintenant le groupe Galeries Lafayette travaille à déployer une stratégie Développement Durable ambitieuse. Cette stratégie cherche en premier lieu, tout naturellement, à adresser les enjeux environnementaux et sociaux de l'entreprise. Elle vise aussi à projeter l'activité des grands magasins dans un futur qui sera plus résilient, ce qui implique des modifications profondes des modes de consommation.

Forts de l'ensemble des actions mises en œuvre en interne depuis 2012, agriculture urbaine, collecte de textiles clients, collections marques propres 100% traçables du champ au magasin, don des invendus non alimentaires et alimentaires, recyclage du mobilier – ils est apparu nécessaire de s'engager plus avant, sur des sujets plus identitaires de notre cœur de métier, en portant le message d'une mode plus responsable.

Ainsi, c'est pour encourager et accompagner ce changement dans la mode que les Galeries Lafayette ont lancé en août 2018 leur mouvement Go for Good. Loin d'être une simple mise en avant de produits, il constitue un premier pas significatif pour changer ensemble – producteurs, distributeurs et clients – notre manière de produire et consommer la mode. Go for Good a constitué tant en interne qu'en externe une rupture fondamentale car il a permis d'affirmer que les Galeries Lafayette ont compris leur responsabilité en tant que distributeur d'ajouter une nouvelle forme de curation dans sa proposition aux clients : la curation responsable.

Go for Good a réussi à faire la preuve qu'une autre mode était possible, en rassemblant près de 500 marques partenaires proposant plus de 10 000 références plus responsables, mais aussi en mettant à l'honneur les services permettant de consommer autrement. Les enjeux du Pacte Mondial des Nations unies que sont les Droits de l'Homme, les normes internationales du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption figurent au cœur de ses préoccupations, c'est pourquoi le Groupe réaffirme son attachement et son engagement envers le Global Compact et ses principes. Je vous laisse découvrir par vous-même le travail accompli cette année et juger des résultats à la lecture de notre Communication sur le Progrès.

Philippe Houzé
Président du Directoire
Groupe Galeries Lafayette



LE GROUPE GALERIES LAFAYETTE

LE BHV/MARAIS

La Redoute

LOUIS PION

GUÉRIN
JOAILLERIE

Galerias Lafayette
ROYAL QUARTZ PARIS

BAZARCHIC

EAT ALY
ATTI CIBI

GALERIES
LAFAYETTE
CHAMPS
ÉLYSÉES

Spécialiste de la mode implanté au cœur des villes, le groupe Galeries Lafayette se développe, en France et dans le monde, comme une référence du commerce omnicanal et contribue à faire rayonner un certain Art de Vivre à la française à travers ses marques : Galeries Lafayette, BHV/MARAIS, Galeries Lafayette – Royal Quartz Paris, Louis Pion, Guérin Joaillerie, BazarChic, La Redoute¹. Fort de son patrimoine architectural et d'une solide culture de l'innovation, le groupe Galeries Lafayette accueille chaque jour des centaines de milliers de visiteurs dans 280 magasins et sites e-commerce. Le Groupe entretient un lien historique et affectif avec ses clients qui continue à vivre sur tous ses points de rencontre, physiques ou digitaux, pour offrir le meilleur du commerce et de la création.

Employeur privé de premier plan en France avec 14 000 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.

1894

Création des Galeries Lafayette par Théophile Bader

Une participation significative dans le groupe Carrefour

Un groupe

100%

familial

280

magasins

4,5 Md€

de ventes au détail

1 M

de visiteurs par jour

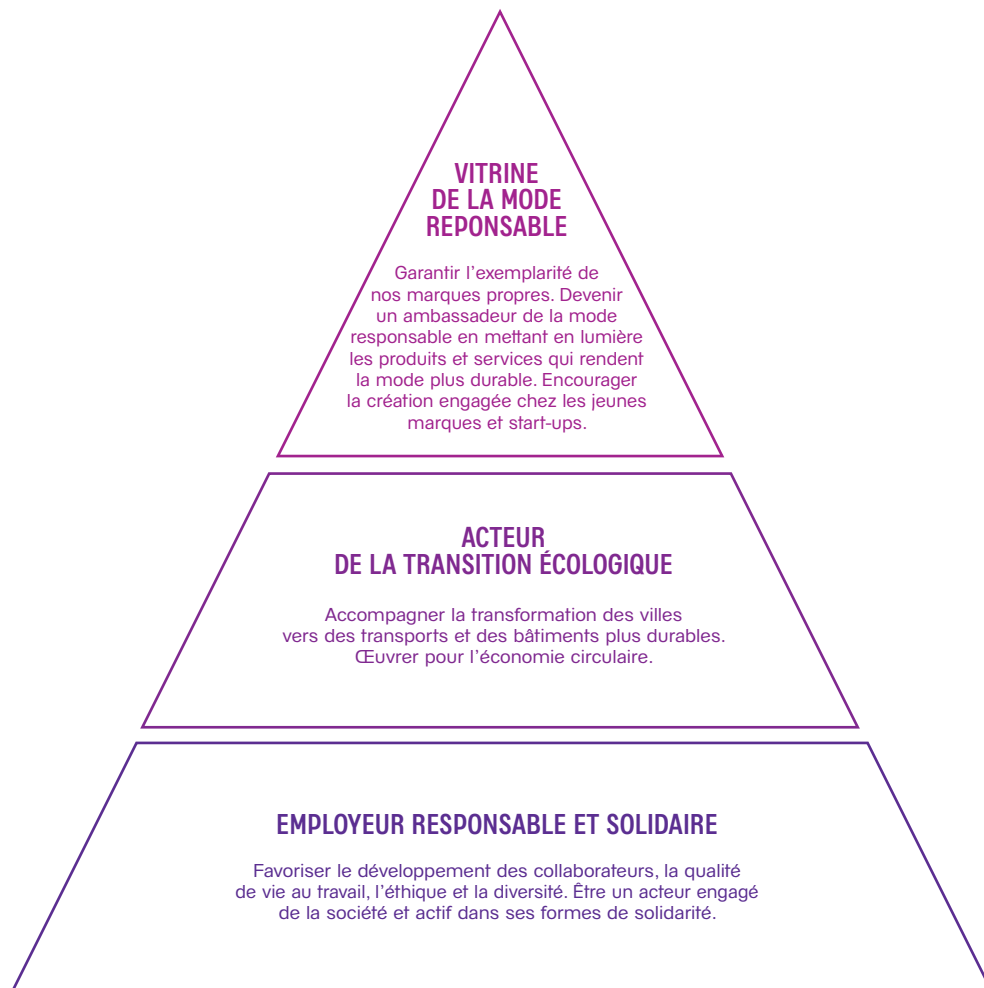
MANIFESTO GO FOR GOOD

POUR UNE MODE PLUS RESPONSABLE.

GO FOR GOOD EST LE MOUVEMENT DES GALERIES LAFAYETTE POUR UNE MODE PLUS RESPONSABLE. C'EST UNE DÉMARCHE CRÉATIVE ET ENGAGÉE QUI RASSEMBLE DES CENTAINES DE MARQUES ET DE PARTENAIRES DANS TOUS NOS MAGASINS. ENSEMBLE, NOUS PROPOSONS À NOS CLIENTS DES SERVICES ET DES PRODUITS QUI ONT UN IMPACT POSITIF SUR L'ENVIRONNEMENT, LA PRODUCTION LOCALE ET LE DÉVELOPPEMENT SOCIAL. GO FOR GOOD, C'EST LA PROMESSE QUE NOUS LEUR FAISONS POUR QUE LA RECHERCHE DE STYLE SOIT AUSSI UNE RECHERCHE DE SENS.

RETROUVEZ TOUS NOS ENGAGEMENTS SUR GOFORGOOD.GALERIESLAFAYETTE.COM

STRATÉGIE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE



OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le Groupe soutient pleinement les Objectifs du Développement Durable (ODD) des Nations-Unies et s'attache à lire son action à l'aune de cette feuille de route. Les 17 objectifs de développement durable (ODD) sont un appel des Nations-Unies à agir pour relever les défis mondiaux à l'horizon 2030 pour construire un avenir meilleur et plus durable pour tous. La stratégie Développement Durable du groupe Galeries Lafayette contribue dans son ensemble à 14 de ces 17 objectifs.

Chaque pilier de la stratégie Développement Durable participe de manière directe ou indirecte à des objectifs différents, comme le montre le schéma ci-dessous :

EMPLOYEUR RESPONSABLE ET SOLIDAIRE				
ACTEUR DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE				
VITRINE DE LA MODE RESPONSABLE				

FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE

16 JANVIER

Adhésion au programme FAIRe de l'UDA pour une communication responsable.



FÉVRIER

Les Galeries Lafayette lauréats du prix ESSEC du commerce responsable dans la catégorie «gestion durable des activités» pour son engagement en faveur de l'agriculture urbaine.



MARS

Lancement de la deuxième édition de l'enquête d'engagement menée auprès des salariés du Groupe.



AVRIL

Lancement de nouvelles collections marques propres Fashion Integrity en lin européen et nylon régénéré issues de filières 100% traçables.



JUILLET

Sélection de la 4^e promotion de start-ups de l'accélérateur Plug and Play Fashion for Good dédié au sujet de la mode responsable.



29 AOÛT 10 OCTOBRE

Lancement du mouvement Go for Good—pour une mode plus responsable—dans tous les magasins Galeries Lafayette en France et à Berlin.



LES 10 PRINCIPES DU GLOBAL COMPACT ET NOS ACTIONS

DROITS DE L'HOMME

Principe 1 : Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux Droits de l'Homme.

Principe 2 : Les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complice de violations des Droits de l'Homme.

Détail des actions menées :
Axes [Employeur responsable et solidaire](#), [Vitrine de la mode responsable](#)

- Adhésion à l'Initiative Clause Sociale (ICS) et à la business social compliance Initiative (BSCI)
- 249 Audits sociaux en 2018
- Codes de conduite fournisseurs Marques Propres et Marques Nationales
- Diffusion de la 3^e édition du Code éthique du Groupe
- Élaboration du plan de vigilance

NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL

Principe 3 : Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective.

Principe 4 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination toutes les formes de travail forcé ou obligatoire.

Principe 5 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants.

Principe 6 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession.

Détail des actions menées :
Axes [Employeur responsable et solidaire](#), [Vitrine de la mode responsable](#)

- En plus des actions ci-dessus :
- 2^e enquête d'engagement interne auprès des collaborateurs
 - Plan d'actions triennal que la Qualité de Vie au Travail
 - Diffusion du Code de Conduite Fournisseurs
 - 12^e édition de la Journée Handi'Engagée
 - 5,4 % de personnes en situation de handicap au sein du Groupe

ENVIRONNEMENT

Principe 7 : Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement.

Principe 8 : Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement.

Principe 9 : Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

Détail des actions menées :
Axe [Acteur de la transition énergétique](#), [Vitrine de la mode responsable](#)

- Gestion (tri et réduction) des déchets
- Réduction de la consommation d'énergie
- Optimisation des flux de logistique et réduction de leurs impacts
- Mise en place du relamping sur les différents sites
- Élaboration d'une charte « Achats responsables » et « Chantiers responsables »
- Travail de la biodiversité urbaine (soutien à la création de potagers urbains et de ruches)
- Sélection et mise en avant de produits ayant été fabriqués à partir de matières premières plus responsables ou à l'aide de procédés de fabrication plus respectueux de l'environnement
- Travail sur l'amélioration environnementale des catalogues (95 % en papier recyclé) et arrêt de la sacherie plastique pour les Galeries Lafayette

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

Principe 10 : Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds, et les pots-de-vin.

Détail des actions menées : Axe [Employeur responsable et solidaire](#)

- Diffusion du Code de Conduite Fournisseurs Marques propres et Marques Nationales
- Mise en place d'un système d'alerte
- Élaboration d'un chapitre anti-corruption dans le Code Éthique
- Réalisation d'une cartographie des risques
- Déploiement d'un e-learning obligatoire pour les populations à risque
- Élaboration d'un Code Éthique inaugurant une politique éthique plus poussée

EMPLOYEUR RESPONSABLE ET SOLIDAIRE

CHIFFRES CLEFS 2018



34%

des cadres de l'entreprise sont entrés dans le Groupe en tant qu'employé ou agent de maîtrise



86%

des salariés ont bénéficié d'une formation en 2018



72%

des collaborateurs sont des femmes



91%

de participation à la 2^e enquête interne Échos (vs 83% en 2016)



75%

des répondants durablement engagés pour contribuer au succès du Groupe



5,4%

de travailleurs en situation de handicap au sein du Groupe



87 000

pièces données à des associations en 2018 (non alimentaires)



200 000

équivalent repas donnés en 2018



162

missions de mécénat de compétences

ATTRACTIVITÉ ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES



Attirer et développer les talents est un pilier fondamental de notre action en tant qu'employeur responsable. Afin d'incarner l'esprit de l'entreprise le Groupe a déployé sa **marque employeur, autour de la signature «Imaginez l'inattendu»**. Au-delà de l'attractivité, le rôle de l'employeur est aussi de développer le potentiel des collaborateurs, enjeu particulièrement appréhendé dans l'entreprise puisque 34% des cadres y sont entrés en tant qu'employé ou agent de maîtrise. À cette fin, le Groupe déploie des formations métiers régulières – **86% des collaborateurs ont suivi une formation en 2018**, mais aussi des formations plus spécifiques et sur

mesure à l'image du **programme pédagogique développé pour les Galeries Lafayette Champs Élysées en partenariat avec l'Institut Français de la Mode.**

ENCOURAGER TOUJOURS PLUS LA DIVERSITÉ



La diversité joue un rôle particulièrement important, source d'une grande richesse et d'une proposition nouvelle tant en interne que pour les clients. Cette diversité se traduit par le fait d'avoir **plus de 90 nationalités représentées** dans l'entreprise, mais aussi par le fait que **65% des postes de cadre sont**

occupés par des femmes. La diversité ne peut s'entendre sans son pendant, l'inclusion. **5,4% des collaborateurs du Groupe sont en situation de handicap** et accompagnés dans le cadre de la politique Handicap de l'entreprise. Cette politique se traduit aussi par des actions de sensibilisation régulières en interne comme la course inter-entreprise Ensemble qui associe personnes valides et en situation de handicap, ou l'escape game à l'occasion de la journée Handi'Engagée du magasin d'Hausmann.

S'ENGAGER POUR LE BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS



Le bien-être et la qualité de vie au travail reposent sur l'échange et l'accompagnement des salariés, mais aussi sur l'organisation et le cadre de travail. Afin d'améliorer les équipements et les lieux de vie commun, **un plan d'actions triennal sur la qualité de vie au travail** a été déployé depuis 2016 dans le cadre duquel **plus de 900 000€ ont été investis**. Cela se traduit aussi par le fait de développer des moments d'échange privilégiés, comme Prise Directe qui permet chaque année dans tous les magasins et directions Galeries Lafayette et BHV MARAIS un échange direct avec un membre COMEX. Cet engagement nécessite de prendre le pouls de l'engagement des collaborateurs régulièrement, comme avec l'**enquête Echos** qui est réalisée tous les deux ans.

L'enquête de 2018 a rencontré un beau succès avec **un taux de participation de 91%** et a révélé que **84%** des collaborateurs sont fiers de travailler pour le Groupe.

Afin de promouvoir une organisation du travail plus facile, **le télétravail a aussi été mis en place pour les collaborateurs du siège en 2018**. Enfin, parce que chacun peut traverser des périodes plus délicates ou avoir des questions ou besoin d'un conseil à l'occasion d'un évènement personnel, le Groupe a mis en place le **service d'écoute Lafayette Entraide** depuis 2016.

PROMOUVOIR UNE SOLIDARITÉ ACTIVE



L'entreprise déploie depuis plusieurs années des partenariats très transversaux, avec la volonté de les faire vivre au cœur de l'activité, avec et par les collaborateurs. Le Groupe réalise ainsi, dans une logique de solidarité et d'économie circulaire, du **mécénat produit sur l'ensemble de ses invendus, alimentaires et non alimentaires**, et a donné plus de 87 000 articles et 200 000 équivalent repas en 2018, à Dons Solidaires ainsi qu'à Emmaüs Défi et A.N.D.E.S. Le site **Mille et une Listes** a pour sa part collecté, grâce à sa **liste solidaire, plus de 20 000€** pour deux associations sous l'égide de la Fondation de France. Enfin, le déploiement du mécénat de compétences s'est poursuivi en 2018, permettant

de renforcer les liens avec les associations partenaires avec **plus de 160 missions effectuées** par les collaborateurs.

TÉMOIGNAGE

« L'année dernière, j'ai aidé les résidents handicapés de la maison Simon de Cyrène d'Angers à aménager et décorer leur logement. J'étais fier d'utiliser mon expertise en merchandising en-dehors de mon magasin, pour servir une cause solidaire. »

François – Galeries Lafayette Angers

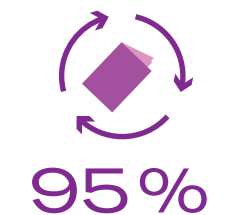
OBJECTIFS 2018		
DIVERSITÉ, BIEN-ÊTRE ET ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS	ENGAGEMENTS SOLIDAIRES ET ÉTHIQUES	ÉCHANGE AVEC LES PARTIES PRENANTES
<ul style="list-style-type: none"> • 90% de taux de participation à la 2^e enquête d'engagement des salariés. ✓ • Mise en place du télétravail au siège. ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> • Développement du don d'invendus de produits d'épicerie en province. ✓ • 200 missions de mécénat de compétence. 162 • Déploiement de deux modules de formation sur l'éthique et la lutte contre la corruption. ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> • Participation au programme FAIRe de l'Union des Annonceurs et élaboration d'un plan sur la communication responsable. ✓ • Enquête de perception de nos pratiques d'achat auprès de nos fournisseurs. ✓
OBJECTIFS 2019		
<ul style="list-style-type: none"> • Actions en faveur de l'accompagnement des aidants. • Index égalité femmes/hommes de 90/100. • +10% de taux d'emploi des personnes en situation de handicap pour les entités du Groupe en dehors de la Branche Grands Magasins. 	<ul style="list-style-type: none"> • 250 missions de mécénat de compétence. • Mise en place de l'arrondi sur salaire aux Galeries Lafayette et BHV MARAIS. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reporting public de notre performance en matière de communication responsable dans la cadre de la charte UDA – niveau 2/3.

ACTEUR DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

CHIFFRES CLEFS 2018



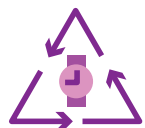
d'émission de CO₂ liées au bâti et au transport (VS 2015)



de papier recyclé pour les catalogues.



flacons de parfum recyclés en trois mois.



3000

montres recyclées par Louis Pion depuis 2015.



14 000

éléments de décoration de nos magasins ont été vendus en seconde main au profit d'associations caritatives.



+9000

dépôts de textiles, linge de maison et chaussures par nos clients en magasin en 2018.



2 600

repas sauvés en 2018 avec le déploiement de Too Good To Go.



100%

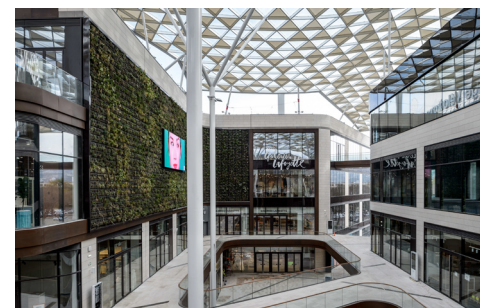
des livraisons biogaz et GNV en Île de France



3 200 M²

de potager sur les toits de nos magasins.

PROJETER LE BÂTIMENT DANS LA VILLE DE DEMAIN



Depuis plus de 4 ans, le groupe Galeries Lafayette travaille autour des **sujets d'agriculture urbaine** avec la start-up Sous les Fraises qui met en place une solution innovante permettant de doubler la surface exploitée sur les toits (3 200 m² de surfaces exploitées sur les toits de nos magasins). A ce titre le Groupe s'est vu décerner en février **2018 le prix ESSEC du commerce responsable** dans la catégorie

«Gestion durable des activités». Les Galeries Lafayette travaillent, dans la même logique, à améliorer les performances environnementales des magasins, avec une politique de **certification BREEAM** des nouveaux magasins tels que **Carré Sénart et Marseille Prado**. Une **charte chantier responsable** a été élaborée en 2018 pour inclure également un ensemble de critères environnementaux lors des travaux de rénovation. Afin de réduire la consommation d'énergie des magasins et entrepôts des **systèmes de Gestion Technique Centralisée** ont été déployés, ainsi que le remplacement systématique par des LED lors du remodeling des magasins. Le magasin **Galeries Lafayette Haussmann** travaille à son **management de l'énergie** et a dans cette optique renouvelé sa **certification ISO 50001**. La fourniture en électricité verte de la Branche Grands Magasins depuis 2016 permet toujours de réduire considérablement l'empreinte carbone de la consommation d'énergie.

EXPLORER LES SOLUTIONS INNOVANTES DU TRANSPORT DE DEMAIN



Le transport au biogaz et GNV, déjà réalisé pour l'ensemble des magasins parisiens, a été étendu en 2018 à l'**ensemble de l'Île-de-France**, ce dans une logique d'adaptation des modes de transport aux enjeux de pollution de plus en plus prégnants dans les milieux urbains. Les trajets de courte distance depuis les stocks déportés jusqu'au magasin sont aussi

réalisés par des **camions roulant au GNV** – comme à **Strasbourg et Marseille**. En décembre 2018, le groupe Galeries Lafayette a franchi une étape supplémentaire en s'engageant avec Akuo Energy, Ataway et JCDecaux dans une expérimentation pour une mobilité zéro émission avec le **projet Last Mile, premier réseau de mobilité hydrogène en France**.

ENCOURAGER AU RECYCLAGE DES RESSOURCES



Le grand magasin s'adressant à une grande variété de secteurs de consommation, il est important de couvrir l'ensemble des pratiques de recyclage tant en interne que dans les solutions proposées au client. À la **collecte de textiles, linge de maison et chaussures** proposée dans tous les magasins Galeries Lafayette sont venus s'ajouter la

récupération des montres dans le cadre du programme **Eco Tempo de Louis Pion**, mais aussi depuis septembre 2018 les **flacons de parfum**. Des systèmes de collecte ponctuelle viennent compléter le dispositif, à l'image de la **collecte de poêles et casseroles**, expérimentée en 2017 au BHV MARAIS et renouvelée en 2018 aux Galeries Lafayette Haussmann.

Les démarches de réduction de la consommation participent de la même logique, à l'image de la **mise en place du ticket dématérialisé** qui a permis d'éviter l'impression de 450 000 tickets de caisse en 3 mois, ou encore de la démarche de réduction de la consommation de papier pour les catalogues avec une **baisse de 500 tonnes l'année dernière, soit ¼ de la consommation** des Galeries Lafayette.

PROMOUVOIR L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE



Outre les solutions de recyclage le Groupe cherche à mettre en œuvre des **solutions d'économie circulaire**, en consommant moins de ressources ou en leur donnant une seconde vie, qu'il s'agisse de denrées alimentaires ou de décorations. La **solution Too Good To Go** a été déployée en 2018 sur plusieurs points de restauration des Galeries Lafayette Haussmann et Lyon Bron, ainsi qu'au BHV MARAIS, permettant de sauver 2 600 repas.

Les **ventes Broc GL, ventes d'anciens éléments de décor des magasins**, ont quant à elles permis de donner une seconde vie à près de 15 000 articles de décoration et merchandising, tout en **reversant plus de 36 000 €** aux associations partenaires des magasins localement avec 19 ventes en 2018.

TÉMOIGNAGE

« Grâce à notre Système de Management de l'Énergie, nous avons pu réduire notre consommation d'énergie tout en ouvrant un jour de plus par semaine. »

Cyril Touboul – Galeries Lafayette Haussmann

OBJECTIFS 2018		
GESTION DU BÂTI	GESTION DES RESSOURCES	FLUX DE TRANSPORT
<ul style="list-style-type: none"> • Certification environnementale du magasin Prado. ✓ • Cahier des charges environnemental pour les travaux. ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> • 100% des catalogues en papier recyclé. 95% • Digitalisation et réduction du ticket de caisse. ✓ • Réalisation d'un catalogue digital. ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> • Livraison au GNV en Île-de-France. ✓
OBJECTIFS 2019		
<ul style="list-style-type: none"> • Certification BREEAM du magasin Galeries Lafayette Champs Élysées. • Fixation d'un objectif et d'un plan d'action à 5 ans sur la réduction des consommations d'énergie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérennisation de la collecte de parfums. • 55% du taux de tri des déchets. • Développement des enveloppes papier kraft pour les envois e-commerce. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fixation d'un objectif et d'un plan d'action à 5 ans sur la réduction des émissions de CO₂.

VITRINE DE LA MODE RESPONSABLE

CHIFFRES CLEFS 2018

MARQUES PROPRES



249

audits sociaux réalisés (standards ICS, BSCI et Galeries Lafayette)



154

audits environnementaux



200 000

pièces marque propre Go for Good

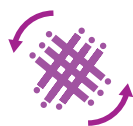


20

filières Go for Good



Nouvelle filière : cachemire recyclé



Nouvelle filière : nylon recyclé

DES MARQUES PROPRES EXEMPLAIRES



Depuis plusieurs années le Groupe œuvre à l'exemplarité de ses marques propres, un pas supplémentaire ayant été franchi en 2016 avec le **projet Fashion Integrity** ayant pour objet de mettre au point des collections traçables du champ au magasin, et plus responsables. Dans la lignée de Go for Good la démarche s'est restructurée, en travaillant à la fois sur du 100% traçable mais aussi plus

largement sur des collections répondant aux critères de durabilité environnementale, sociale ou locale appliqués aux marques nationales. **20 filières ont ainsi été structurées depuis 2016, dont 2 nouvelles 100% traçables en 2018 – le nylon et le cachemire recyclé.** En parallèle, la démarche de maîtrise des risques sociaux et environnementaux chez les fournisseurs de marques propres basée sur la signature obligatoire du code de conduite, l'analyse de risques et la réalisation d'audits perdure.

ENCOURAGER L'INNOVATION ET LA JEUNE CRÉATION ENGAGÉE



Engagé depuis 2017 dans l'**accélérateur Plug and Play Fashion for Good**, dédié à la **mode responsable**, le Groupe a travaillé à créer du lien avec les start-ups, notamment grâce à l'organisation d'un **grand événement de pitch BtoB** en septembre 2018 qui a rassemblé **plus de 100 acteurs de la profession**. Go for Good a aussi été un moment privilégié pour mettre en avant la jeune création à travers de nombreuses nouvelles marques rentrées spéci-

fièrement au magasin d'Hausmann pour l'occasion dans une zone dédiée de 300 m².. 10 magasins en régions ont proposé en complément **une offre locale pendant le temps fort Go for Good.**

GO FOR GOOD

500 marques

+10 000 références

5,6% du CA Go for Good

3 piliers	 ENVIRONNEMENT	 LOCAL	 SOCIAL
6 secteurs	MODE ACCESSOIRES	ALIMENTAIRE BIJOUTERIE	MAISON BEAUTÉ
3 services	LOCATION VÊTEMENTS ET CHAUSSURES	RÉPARATION CHAUSSURES	VOYAGES RESPONSABLES

GO FOR GOOD, LE MOUVEMENT DES GALERIES LAFAYETTE POUR UNE MODE PLUS RESPONSABLE



En septembre 2018, les Galeries Lafayette ont lancé **Go for Good**, leur mouvement pour une mode plus responsable, après plus d'un an de travail en interne et en lien avec les marques vendues dans nos magasins. Le mouvement s'attache à **proposer une consommation différente aux clients**, en lui signalant les produits –tous secteurs confondus– qui ont une réelle plus-value environnementale, sociale ou locale mais aussi en



proposant **d'autres formes de consommation basée plus sur l'usage ou la réparation** (location, nettoyage, réparation etc.). Avec ce mouvement, c'est un signal d'ampleur que les Galeries Lafayette lancent aux consommateurs mais aussi aux marques accueillies en magasin : il est temps, ensemble, de changer notre mode. Ils ont été nombreux à répondre à l'appel : **Stella McCartney** ambassadrice du mouvement, **500 marques**, plus de 300 retombées presse, Brune Poirson Secrétaire d'État à la transition écologique et solidaire...

UNE OFFRE LARGE ET DIVERSIFIÉE



Une offre produit riche de **plus de 10000 références et près de 500 marques** dans tous les univers –mode, maison, beauté, alimentaire jusque dans les voyages avec une construction d'offre de 30 voyages responsables– a été dévoilée en septembre 2018. Cette offre avait pour ambition **de faire la démonstration du fait qu'aujourd'hui il est possible de consommer responsable dans**

tous les univers, chez les grandes marques comme les toutes jeunes et ce sans avoir à sacrifier le style au sens. **Un espace dédié de 300 m²** aux Galeries Lafayette Haussmann, mais aussi des espaces dédiés dans l'ensemble des magasins, ont permis de valoriser les produits et engagements les plus phares.

INTERROGER LA CONSOMMATION



La construction d'une mode plus responsable interroge les modes de production des produits mais aussi en partie la logique même du produit, en travaillant à offrir d'autres formes de consommation –location, personnalisation etc. Avec Go for Good c'est aussi une conversation plus large que veulent ouvrir les Galeries Lafayette, à la fois en magasin mais aussi à travers le site dédié Go

for Good. Lors du lancement une programmation riche en événements et débats dans l'ensemble des magasins a permis aux clients de mettre leur consommation en perspective.

OBJECTIFS 2018		
MARQUES PROPRES	GO FOR GOOD	INNOVATION ET JEUNE CRÉATION
<ul style="list-style-type: none"> • Développement des audits environnementaux. ✓ • Travail de nouvelles filières pour les collections Go for Good : nylon recyclé, denim. ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> • Lancement d'une offre de produits plus responsables. ✓ • Déploiement de nouveaux services : location, réparation... ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place de collaborations avec des petites marques spécialisées. ✓
OBJECTIFS 2019		
<ul style="list-style-type: none"> • Développement des collections Go for Good. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérennisation et développement de l'offre Go for Good des marques vendues dans les magasins Galeries Lafayette. • Célébration des 1 an de Go for Good à travers un temps fort événementiel. • Lancement de Go for Good à la Redoute. 	<ul style="list-style-type: none"> • Collaboration avec des start-ups de Fashion for Good. • Test d'un service de seconde main. • Mise en place d'un programme de soutien à la jeune création responsable Ulule. • Participation à l'initiative Paris Good Fashion.

TÉMOIGNAGES

« Je suis très fière de soutenir l'initiative Go for Good des Galeries Lafayette. [...] est possible d'avoir un business model solide et responsable sans transiger sur la qualité et la désirabilité des produits. »

Stella McCartney – Fashion Designer

« Go for Good représente pour moi une communauté, sur ce sujet nous ne pouvons pas avancer tout seul. Cela nous permet de travailler ensemble, sur des valeurs communes, environnementales, sociales ou sociétales. »

Sandrine Sommer, Directrice Développement Durable – Guerlain

« Les Galeries Lafayette jouent leur rôle d'aller chercher ces marques innovantes qui sont dans l'air du temps, et être engagé dans sa fabrication c'est ça l'air du temps aujourd'hui. »

Guillaume Gibault, Président – Le Slip Français

LES VALEURS

PASSION
DU CLIENT



L'AUDACE
D'INNOVER



L'ENGAGEMENT
COLLECTIF



LE GOÛT
DE L'EXCELLENCE



CE N'EST QU'UN DÉBUT

*Galerias
Lafayette*

LE BHV / MARAIS

La Redoute

LOUIS PION

GUÉRIN
ROYAL QUARTZ PARIS

*Galerias
Lafayette*
ROYAL QUARTZ PARIS

BAZARCHIC

EATALY
ROYAL QUARTZ PARIS

GALERIES
LAFAYETTE
COURMAYEURS
BYELES



Groupe
GALERIES
Lafayette

www.groupegalerieslafayette.com
www.goforgood.galerieslafayette.com



Impression sur papier 100 % recyclé certifié FSC® Recycled
réalisée dans un établissement permettant l'insertion de personnes
en situation de handicap.