



Habillement et accessoires

Les Galeries Lafayette s'en vont !

● **Changement de stratégie au sein d'Aksal. En effet, le groupe se lance dans le «mass market» et annonce le remplacement des Galeries Lafayette par une enseigne connue pour «ses bas prix». Son nom n'a pas encore été dévoilé.**

Remue-ménage chez le groupe Aksal ! Les Galeries Lafayette quittent le Morocco Mall. Une enseigne dédiée au «mass market» devrait remplacer le magasin de luxe. Le nom de cette enseigne «low cost» n'a pas encore été dévoilé. Selon le groupe, il s'agit d'un «élargissement stratégique» dont l'objectif est la recherche d'une forme d'équilibre notamment en termes d'offres. En effet, ayant tablé sur le segment «premium» et «middle cost», l'entreprise veut ratisser large en tirant bénéfices des

potentialités que recèle le «mass market» en volumes de ventes. Ceci étant, la nouvelle enseigne qui se substituera au magasin Galeries Lafayette, serait «une

Près de 100 personnes seront recrutées pour accompagner ce repositionnement.

grande enseigne connue pour ses bas prix avec ses univers mode mais aussi déco, maison et jardin. Une marque à très fort

«Traffic Builder» et un positionnement de prix qui la rend très accessible à tous, apprend-on par la même voie. Le positionnement «Mass Market» semble constituer le nouvel axe stratégique du groupe. Des concepts échaudés sur le même business modèle devraient voir le jour prochainement, pour le grand bonheur des consommateurs à l'affût de prix bas, annonce Aksal. Pour accompagner ce repositionnement, le groupe Aksal envisage le recrutement de 100 personnes. Par ailleurs, une source proche du dossier se veut rassurante par rapport aux employés de l'ancien magasin. Ainsi, les salariés affiliés au

groupe seront redéployés à travers les enseignes qu'elles gèrent en propre. Pour rappel, l'enseigne française Galeries Lafayette amorce depuis un an toute une stratégie au niveau mondial afin de relancer sa croissance. La chaîne de grands magasins a en effet enregistré un recul de son CA en 2014 la contraignant à envisager la fermeture de deux magasins dans l'Hexagone et le lancement d'un plan départ qui vise à réduire de 8% les effectifs de son siège. Parallèlement à ces mesures de «cost cutting», Galeries Lafayette tient à doper ses performances grâce à deux leviers : l'export et l'internet. En effet, il paraît que la nouvelle ligne directrice de son implantation à l'international s'oriente vers les nouveaux pôles économiques. Après Pékin, la chaîne élira domicile à Istanbul et à Doha. Concernant internet, la marque ambitionne d'investir le digital en l'intégrant comme canal de commercialisation de ses produits dans la perspective de devenir une référence omnicanal. Le départ des Galeries Lafayette du Maroc serait-il corrélé à sa nouvelle stratégie ? L'avenir nous le dira.

Et la FNAC ?

La montée en puissance du marché du dématérialisé causerait beaucoup d'ennuis à l'enseigne tant sur le plan national qu'international. Bien que ce segment ne soit pas encore bien développé au royaume, il semblerait que FNAC Casablanca se prépare d'ores et déjà à la transition. Selon une source proche du magasin, les approvisionnements de certains produits, notamment ceux du rayon musique, seraient totalement gelés et ceci depuis plusieurs mois. Auprès d'Aksal, l'on assure que l'enseigne se prépare pour un repositionnement qui permettra de s'adapter aux exigences du marché actuel. «Des investissements sont prévus dans ce sens et nous tenterons d'intégrer cette nouvelle dynamique», indique la source.