

23.08.2017 - 14:00 Uhr

Les 27 premiers magasins spécialisés verront le jour en avril 2018

Spreitenbach (ots) -

En matière de commerce stationnaire et en ligne, Globus est en passe de former le plus grand réseau suisse de shopping dans le segment premium. Le rapprochement des enseignes Globus, Schild et Globus Hommes sous la marque faitière Globus, tel qu'il avait été annoncé à la mi-mai 2017, progresse comme prévu. En avril 2018, les 27 premières filiales Schild et Globus Hommes seront transformées en magasins spécialisés Globus.

Le plan de mise en oeuvre progressive de la stratégie monomarque du Groupe Globus avance à grands pas. Comme annoncé à la mi-mai 2017, Globus va renforcer sa position dans le segment premium en intégrant les deux enseignes de mode Schild et Globus Hommes. En avril 2018, après une première analyse des sites, 27 des 68 filiales Schild et Globus Hommes deviendront des magasins spécialisés Globus pour mode féminine et/ou masculine et seront reliées de manière numérique à l'assortiment en ligne. «Nous travaillons d'arrache-pied pour proposer aux clientes et aux clients de Globus, de Schild et de Globus Hommes une expérience unique en matière de shopping et ce, sous la marque Globus», déclare Thomas Herbert, CEO des Grands Magasins Globus SA. «L'ouverture des premiers magasins spécialisés Globus marquera, au printemps 2018, l'établissement de ce qui sera à terme le plus grand réseau suisse dédié aux achats dans le segment premium.»

Des adaptations au sein du réseau de points de vente au printemps 2018

Comme annoncé, le rapprochement opéré sous la marque faitière rendra nécessaire, dès le printemps 2018, certaines adaptations dans le réseau de vente stationnaire. Au printemps prochain, outre les 27 transformations, deux filiales existantes seront réunies en un seul magasin spécialisé Globus sur trois sites (Lucerne, Winterthur, Bâle). Concernant cinq filiales (Globus Hommes Fribourg, Bienne et Lugano, Schild Wohlen et Outlet Hinwil), une fermeture s'avère inévitable au printemps 2018, en raison du trop faible potentiel offert par les sites respectifs. «Céder une surface de vente ne signifie pas nécessairement un départ à jamais», souligne le CEO Thomas Herbert. De fait, de nouvelles ouvertures sont tout à fait envisageables, notamment si des perspectives attrayantes s'ouvrent à l'entreprise sur un site donné. Une nouvelle ouverture est ainsi déjà prévue à Zurich Sihlcity, au printemps 2018. À moyen terme, deux autres sites pourraient eux aussi voir le jour.

Les autres points de vente Schild et Globus Hommes resteront en l'état jusqu'au début de l'année 2019; l'analyse des différents sites concernés sera toutefois approfondie. Dès que celle-ci sera achevée, il sera communiqué quels sites seront transformés en magasins spécialisés Globus dans le cadre d'une seconde phase de transition.

Le maintien en emploi à l'interne des collaborateurs/trices concerné(e)s constitue une priorité

Les modifications structurelles engagées au sein du réseau de filiales au printemps 2018 affectent une trentaine de postes à temps plein. Le Groupe Globus recherche des solutions d'emploi en interne pour les collaborateurs/trices concerné(e)s, afin d'éviter autant que faire se peut le recours aux licenciements. Car, comme le montre l'exemple de Sihlcity, de nouveaux magasins seront effectivement ouverts. «Nous souhaitons nous adresser à une nouvelle clientèle potentielle sur des sites attrayants, ce qui nous permet parallèlement de créer des emplois», explique Thomas Herbert. Les partenaires sociaux sont étroitement intégrés au processus de transition, et ce suffisamment tôt.

Un Online Shop, une App mobile, une carte client

Pendant ce temps, dans la centrale Globus, à Spreitenbach, on s'attèle à mettre en place le futur assortiment premium destiné aux magasins stationnaires et à la nouvelle offre en ligne ainsi que l'organisation correspondante pour les Achats et le Marketing. Pour les clients, la stratégie monomarque sera synonyme d'une simplicité accrue. À l'avenir, ils trouveront l'offre complète de Globus dans un Online Shop centralisé, une App mobile et bénéficieront d'une seule carte client.

Stratégie monomarque et transformation numérique, gages d'un positionnement concurrentiel fort

Filiale de la Fédération des coopératives Migros, les Grands Magasins Globus SA emploient en Suisse quelque 3400 collaborateurs/trices et sont présents sur 83 sites avec des grands magasins et des boutiques de mode (Globus: 15, Schild: 45, Globus Hommes: 23). En 2016, le Groupe Globus a réalisé un chiffre d'affaires de 879 millions de francs. Au vu d'un marché du textile en net déclin en Suisse, en particulier dans le segment de prix moyens, le Groupe Migros a décidé, à la mi-mai 2017, de redéfinir l'orientation de la stratégie des Grands Magasins Globus SA pour l'axer davantage sur un segment premium en pleine croissance, sous la marque faitière Globus, ainsi que de mettre en oeuvre la transition numérique de manière cohérente.

Remarque:

La planification de la transformation des autres filiales Schild et Globus Hommes est encore en cours.

Après analyse approfondie des sites, le format optimal sera mis en oeuvre pour chacun des points de vente.

Contact:

Service de presse Grands Magasins Globus SA

Mme Marcela Palek, tél. +41 58 578 23 09
E-mail: media@globus.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100004627/100805903> abgerufen werden.