

Paris, le 31 janvier 2019

**POURSUITE DU PLAN DE RELANCE DE LA HALLE :
LA FUSION JURIDIQUE DES DEUX ENSEIGNES EST DESORMAIS EFFECTIVE**

L'unification des activités de La Halle franchit une nouvelle étape avec la fusion juridique, effective depuis le 1^{er} janvier 2019, des deux enseignes « La Halle Mode et Accessoires » et « La Halle Chaussures et Maroquinerie ». Cette fusion a pour objectif de soutenir et faciliter le déploiement de la stratégie de relance des activités, impulsée depuis 2 ans par son Président, Philippe Thirache. Cette initiative, résultat de plus de 6 mois d'un dialogue interne particulièrement nourri, est sans conséquence sur l'emploi et permet aux salariés de bénéficier des avantages sociaux des deux enseignes. Avec un chiffre d'affaires d'environ 1 milliard d'euros et 900 points de vente en France et à l'international en 2018, La Halle rejoindra après la fusion le « Top 5 » français des plus grandes enseignes en périphérie.

Pierre angulaire de la stratégie de relance, le rapprochement des activités « Mode et Accessoires » et « Chaussures et Maroquinerie » de La Halle s'accélère en 2019 avec la fusion de ses entités. Facteur d'agilité et d'efficacité accrue, cette fusion soutiendra le déploiement de la nouvelle stratégie commerciale de l'enseigne aux plus de 10 millions de clients¹ tout en améliorant le régime social des collaborateurs de l'enseigne.

Une fusion au service des clients de La Halle

La Halle se réinvente pour répondre aux attentes actuelles et futures de sa clientèle : des offres vêtements, chaussures et accessoires complètes et accessibles pour toutes les familles et toutes les envies. Conçue pour apporter une offre au juste prix toujours plus accessible et plus personnalisée, la nouvelle stratégie commerciale de La Halle impose une organisation plus agile de ses activités. Concrètement, la fusion facilite la nécessaire modernisation de la logistique. Celle-ci permettra le développement de l'omnicanalité et d'une expérience client « phygitale », véritables clés de voûte de la stratégie commerciale de La Halle.

La fusion constitue une nouvelle étape vers l'unification des activités de La Halle autour de cette nouvelle stratégie. Celle-ci a progressivement inclus le développement d'un marketing unifié, la création d'un nombre croissant de magasins mixtes (une soixantaine en 2018, avec un chiffre d'affaires en croissance d'environ + 15 %) et récemment l'ouverture du premier *concept store* 100 % famille. Dévoilé à Metz en octobre dernier, le « Famili'Halle » incarne pleinement la stratégie de (re)conquête de La Halle.

Une fusion au service des collaborateurs de La Halle

Parallèlement, la fusion des activités permet de réunir les 8 000 collaborateurs de l'entreprise autour d'un projet de développement fédérateur, pensé en faveur du développement humain.

¹ Chiffres 2018

LA HALLE

c'est vraiment vous

Cette fusion est sans incidence sur l'emploi et sur le régime social des salariés de La Halle. Ainsi, les collaborateurs de « La Halle Chaussures et Maroquinerie » bénéficient depuis le 1^{er} janvier 2019 des avantages sociaux existants au sein de « La Halle Mode et Accessoires » à travers notamment la convention collective de l'habillement. La fusion permet d'opérer un alignement des rémunérations et confirme les mesures, issues d'accords collectifs conclus antérieurement, liées aux résultats économiques (participation et plan d'épargne) et à la protection sociale (mutuelle et prévoyance).

Par ailleurs, la fusion facilitera les évolutions de carrière au sein de l'entreprise, la mobilité interne et les parcours de développement individuels. Un ambitieux programme de formation permettra également de poursuivre l'intégration de jeunes talents (300 apprentis embauchés en 2018).

Philippe Thirache, Président de La Halle, déclare ainsi : « *La relance confirmée de La Halle en 2018 et les performances solides des derniers mois atteste de la pertinence de notre stratégie. En 2019, cette fusion nous permettra de poursuivre l'accélération de notre développement, d'offrir des collections servant tous les besoins de nos clients, de simplifier nos process et nos organisations afin d'atteindre rapidement nos objectifs de compétitivité* ».

Contacts media

Clothilde Mbock Mbock – 06 29 94 55 34 – clothilde.mbock-mbock@vae-solis.com

Laure Frugier – 01 44 72 35 98 – l.frugier@vivarte.fr

A propos de La Halle

La Halle, enseigne phare du groupe Vivarte, est une marque de vêtements tendances à petits prix pour toute la famille. Depuis plus de 30 ans, elle habille et chausse femmes, hommes, enfants et bébés. Avec 871 magasins en France, La Halle et ses activités « Mode & Accessoires » et « Chaussures & Maroquinerie » compte plus de 8000 salariés et enregistre un chiffre d'affaires de 873 millions d'euros en 2018.

A propos de Vivarte

Présent dans près de 70 pays à travers le monde, Vivarte compte parmi les principaux groupes français sur le marché du prêt-à-porter, de la chaussure et de la maroquinerie avec 5 enseignes de premier plan. Fort d'un chiffre d'affaires de 1,4 milliard d'euros en 2018, Vivarte poursuit une stratégie de recentrage autour de deux grands pôles pour répondre aux nouvelles attentes et modalités de consommation de ses clients : La Halle en périphérie et le prêt-à-porter en centre-ville avec Caroll. Le Groupe compte aujourd'hui 10 000 collaborateurs, et plus de 3 000 points de vente physiques dans le monde dont 1 900 en France.