



MONOPRIX

NOS 85 ANS

ON LAIT

^  
FÊTE

AVEC VOUS

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

ROSA.PARK



# MONOPRIX CÉLÈBRE SES 85 ANS

## AVEC UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION INÉDITE

**À L'OCCASION DE SES 85 ANS,  
MONOPRIX RÉAFFIRME  
SON STATUT DE MARQUE ICONIQUE  
ET LANCE UNE GRANDE CAMPAGNE  
DE COMMUNICATION**

Depuis 85 ans, Monoprix s'inscrit au cœur des villes.

Depuis 85 ans, Monoprix rend le beau et le bon accessible au plus grand nombre.

Depuis 85 ans, Monoprix innove, surprend, étonne.

Depuis 85 ans, Monoprix réenchante le quotidien.

Cet anniversaire, ce n'est pas tant celui d'une naissance que celui d'une rencontre. Entre la marque et ses clients, c'est une relation de proximité unique.

Un attachement émotionnel, un dialogue quotidien, symbolisé au travers de ses célèbres packagings sur fonds bayadères inspirés du pop art.

## UN FILM POUR MARQUER L'ÉVÈNEMENT

*Le film sera disponible sur youtube dès le 10 mai, à 20h50 :  
<https://youtu.be/Zt8zcc8oauQ>*

Naturellement, pour célébrer cet anniversaire, Monoprix et son agence Rosapark ont souhaité raconter une belle histoire cinématographique.

D'une durée inédite de 4 minutes, le film suit les pas d'un jeune garçon et d'une jeune fille aux destins liés par les petits mots iconiques des packagings Monoprix.

Ce film émotionnel est à découvrir à partir du 10 mai à 20h50, lors de 13 diffusions TV ainsi que sur la chaîne Youtube de Monoprix.

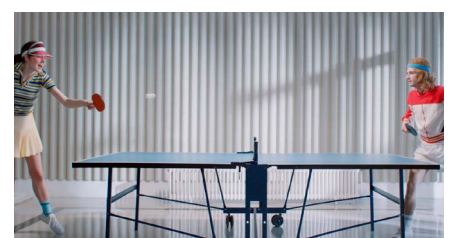
En plaçant ses packs emblématiques au centre de l'histoire, Monoprix symbolise son rôle dans la vie des urbains depuis 85 ans : « Au cœur de votre vie, au cœur de votre ville. »

La réalisation de ce film tourné en authentique pellicule 35mm anamorphique a été confiée au duo britannique *Thirty Two*, dont les documentaires ont connu une reconnaissance internationale (*Shut up and play the hits – LCD Soundsystem, No Distance Left to Run – Blur*).

Le choix de la musique s'est porté sur le titre *Thirteen* du groupe Big Star, classé parmi les 500 plus grands titres de tous les temps par le magazine *Rolling Stone*.

# MONOPRIX NE S'ARRÊTE PAS LÀ !

Un dispositif digital innovant poursuivra le lancement de ce film à partir du 22 mai, offrant à chacun la possibilité de réécrire la fin du film.



# UNE CAMPAGNE INTÉGRÉE

Le film s'accompagne également d'une activation d'envergure en magasin : pendant les deux semaines de l'opération, une sélection de produits Monoprix vendus en magasin portera un gain unique et inédit qui s'activera une seule fois et de façon aléatoire lors du passage en caisse. Parmi les cadeaux à gagner : une semaine au Japon, un voyage en Floride, un saut à l'élastique, une bague de fiançailles ou encore des places pour un célèbre festival de musique !

L'orchestration média et influenceurs de la campagne a été conçue par l'agence média Blue 449. Elle inclut la diffusion du format 4 minutes en TV, digital et cinéma du 10 au 21 mai. Au-delà du film, un dispositif d'affichage sera déployé en quais de métro, abribus et arrières de bus.

Sur les réseaux sociaux, la communauté pourra retrouver les « packs » qui ont fait l'actualité ces dernières années et célébrer, avec Monoprix, l'anniversaire de ses proches.

#LaitDroleLaVie



MONOPRIX  
CECI EST VOTRE  
**BAGEL**  
DE FIANÇAILLES

POUR NOS 85 ANS  
UN BAGEL MONOPRIX ACHETÉ, DEUX ALLIANCES À GAGNER\*



MONOPRIX  
YES IT  
HUILE  
ROCK

POUR NOS 85 ANS  
UNE HUILE BEAUTÉ MONOPRIX ACHETÉE, DES PLACES POUR ROCK-EN-SEINE À GAGNER\*



MONOPRIX  
ON VOUS ENVOIE  
AU PAYS DU  
BANANA  
SLIP

POUR NOS 85 ANS  
UN SLIP MONOPRIX HOMME ACHETÉ, UN VOYAGE EN FLORIDE À GAGNER\*



## À PROPOS DE MONOPRIX

Monoprix est leader du commerce de centre-ville avec une présence dans plus de 250 villes en France à travers ses 6 enseignes. Filiale du groupe Casino, Monoprix possède plus de 650 magasins et compte 21 000 collaborateurs et a réalisé, en 2016, 5 milliards d'euros d'activités.

**POUR PLUS D'INFORMATIONS :** <http://entreprise.monoprix.fr>

**RETROUVEZ TOUS NOS COMMUNIQUÉS DE PRESSE ICI :**

<https://entreprise.monoprix.fr/espace-presse/communiques/>

**DIRECTRICE MARKETING :** FLORENCE CHAFFIOTTE  
**DIRECTEUR IMAGE ET MARQUE :** NICOLAS GOBERT  
**RESPONSABLES MÉDIAS, RÉSEAUX SOCIAUX ET BRAND CONTENT :**  
STÉPHANIE JALLET ET LUCIE COOK  
**CHEF DE PROJET MARKETING :** COSIMA DAMAS  
**DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION :** MARION DENONFOUX

### CONTACTS PRESSE MONOPRIX :

**MARION DENONFOUX** – 01 78 99 95 97

[mdenonfoux@monoprix.fr](mailto:mdenonfoux@monoprix.fr)

**PUBLICIS CONSULTANTS** – 01 44 82 47 34

[monoprix.presse@consultants.publicis.fr](mailto:monoprix.presse@consultants.publicis.fr)

## À PROPOS DE BLUE 449

Blue 449 ([www.blue449.com](http://www.blue449.com)), l'agence media 'open source' appartient au réseau Publicis Media.

Dirigée par Pascal Crifo, l'agence née en 2014 et élue meilleure agence stratégique de l'année 2016 a connu une très forte croissance et gère aujourd'hui une trentaine de marques et rassemble plus de 70 collaborateurs.

**SUIVEZ BLUE 449 SUR TWITTER :**

[https://twitter.com/Blue449\\_France](https://twitter.com/Blue449_France)

**PRÉSIDENT & CEO :** PASCAL CRIFO  
**DIRECTRICE CONSEIL :** MARION HAAN  
**CONSULTANTE MÉDIA :** OCÉANE COURONNÉ

## À PROPOS DE ROSAPARK

Rosapark a été élue en 2015 l'agence la plus créative du réseau HAVAS Monde. Elle a été fondée en 2012 par Jean-Patrick Chiquiar, Gilles Fichteberg et Jean-François Sacco et s'est illustrée dernièrement dans les principaux festivals créatifs internationaux (Cannes Lions, Eurobest, London International Awards, Clio Awards, New York Festival, D&AD...) avec des campagnes comme Thalys « Sounds of the City », Tribord «Wave», Brother «Circus », Fruits&Wine «The Picnic Blanket Billboard », Kalenji « Eat Your Run »...

**CO-FONDATEUR EN CHARGE DE LA STRATÉGIE :**

JEAN-PATRICK CHIQUIAR

**CO-FONDATEURS EN CHARGE DE LA CRÉATION :**

GILLES FICHTEBERG ET JEAN-FRANÇOIS SACCO

**DIRECTEUR GÉNÉRAL EN CHARGE DU PLANNING STRATÉGIQUE :**

SACHA LACROIX

**DIRECTEUR ASSOCIÉ :** QUENTIN LABAT

**CONCEPTEUR-RÉDACTEUR :** LOUISE MUSSOT

**DIRECTRICE ARTISTIQUE :** CERISE LECLERC

**PLANNEUR STRATÉGIQUE SÉNIOR :** ALEXANDRE RIBICHESU

### ÉQUIPE FILM/DIGITAL

**CHEF DE GROUPE :** BÉRANGÈRE PUCH

**CHEF DE PROJET :** MARINE DACHARY

**TV PRODUCER :** ADÉLAÏDE SAMANI

### ÉQUIPE ACTIVATION MAGASIN

**CHEF DE GROUPE :** LUCILE WISSOCQ

**CHEF DE PROJET :** QUENTIN BARBARAY

**ACHAT D'ART :** LOUISE BERTIN

**PRODUCTION PRINT :** JUSTINE DUDOGNON

### ÉQUIPE SOCIAL/CRM

**DIRECTRICE DE CLIENTÈLE :** JEANNE NEUSCHWANDER

**SOCIAL MEDIA MANAGER :** CLÉMENTINE ROUX

**CRM MANAGER :** MARIE ABADIE

**CONCEPTEUR-RÉDACTEUR :** YARA DALENS

**DIRECTRICE ARTISTIQUE :** BÉNÉDICTE MORIN

### PRODUCTION FILM

**RÉALISATEURS :** THIRTY TWO

**MAISON DE PRODUCTION :** INSURRECTION

**POST-PRODUCTION :** MATHEMATIC

**PRODUCTION SON ET SYNCHRO :** SCHMOOZE

### CONTACT PRESSE

**PAULINE GERMAIN :** [pauline.germain@gmail.com](mailto:pauline.germain@gmail.com)

**POUR PLUS D'INFORMATIONS :** <http://www.rosapark.fr/>

**SUIVEZ ROSAPARK SUR :**

<https://www.facebook.com/Rosapark.agency/>

[https://twitter.com/rosapark\\_agency](https://twitter.com/rosapark_agency)