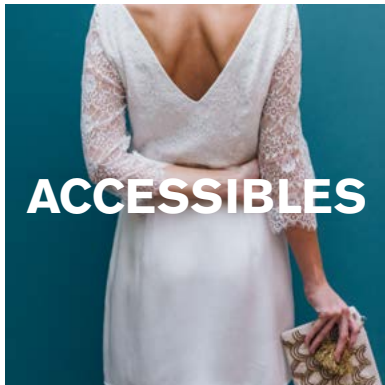


RÉENCHANTER LE QUOTIDIEN DEPUIS

85 ANS



CONTACTS PRESSE

MARION DENONFOUX – 01 78 99 95 97

mdenonfoux@monoprix.fr

KARINE LARUE – 01 78 99 81 57

klarue@monoprix.fr





RÉGIS SCHULTZ,
PRÉSIDENT DE MONOPRIX

« MONOPRIX, **LA PASSION** **DU COMMERCE** DEPUIS 85 ANS »

Monoprix fête ses 85 ans, 85 années marquées par la passion du commerce, 85 années durant lesquelles l'enseigne n'a eu de cesse de réinventer les modes de consommation avec toujours le centre-ville au cœur.

Faisant de la proximité son mot d'ordre, Monoprix anticipe et surtout répond aux attentes de ses clients en proposant en magasins, une sélection de produits de qualité qui les étonne au quotidien ; Monoprix déniche et démocratise les tendances dans tous les univers : alimentaire, mode, maison et beauté.

Faciliter le moment des courses, offrir de la praticité et surtout du plaisir à nos clients, tel est l'objectif de notre enseigne ! Pour cela, nous développons continuellement la qualité de nos services, source de valeur pour notre clientèle urbaine.

Bien plus qu'une enseigne, Monoprix est avant tout une marque. Une marque qui a choisi le quotidien comme terrain de jeu et n'a de cesse de se renouveler

pour l'embellir. À l'instar de la relation unique et de la connivence que nous avons su créer avec les Français, nous avons décidé, à l'occasion de nos 85 ans, de lancer une campagne publicitaire, décalée et complice.

À Monoprix, maintenant, d'inventer son futur, intrinsèquement lié à l'ambition de toujours proposer le meilleur rapport qualité/prix/service à nos clients. Nous ferons de nos magasins de véritables lieux de vie avec une expérience à la hauteur (voire au-delà) de leurs attentes en matière d'accueil, de choix et de services.

L'enseigne dessine aujourd'hui son avenir à travers le développement constant de la multicanalité en centre-ville : en magasin, sur Internet ou sur mobile, nous continuerons de ré-enchanter les courses au quotidien !



UNE BELLE HISTOIRE

LE PARCOURS D'UN PIONNIER

Depuis 1932, Monoprix n'a jamais changé de modèle : rendre le beau et le bon accessibles à tous, en centre-ville.



1932 Le premier magasin ouvre ses portes à Rouen et propose une offre de produits utilitaires et de consommation courante vendus à prix ronds.



1994 Monoprix décide de rendre le bio accessible à tous avec sa marque propre Monoprix Bio.



2009 Monoprix crée sa Fondation d'entreprise qui a pour objet de participer à la création et au renforcement du lien social, particulièrement en centre-ville.



1947 Monoprix invente et lance les marques propres – les fameuses MDD, reprises ensuite par tout l'univers de la grande distribution.



1997 Avec le rachat des 132 magasins Prisunic, Monoprix devient la première chaîne de grande surface en centre-ville.



2010 Monoprix adopte une nouvelle communication basée sur des packs à message identifiables au premier coup d'œil par leur bayadère.



1950 Monoprix révolutionne la façon de consommer en France avec l'introduction du libre-service. Finies les queues devant chaque stand.



2005 Monoprix imagine le convenience store à la française et lance « monoprix ».



1958 En spécialiste de la mode, Monoprix organise un défilé de mannequins pour présenter ses collections.



2008 Monoprix rachète Naturalia, enseigne spécialisée en produits biologiques.



2014 Le cap du million de fans est franchi sur Facebook, faisant de Monoprix la marque la plus conversationnelle de son secteur.





UNE MARQUE UNIQUE

La promesse d'un quotidien valorisé

Animée par une vision singulière du commerce, Monoprix a réussi le tour de force de s'imposer comme une marque à part entière. Pour conquérir le cœur de ses clients, Monoprix a fait le choix de redonner au quotidien ses lettres de noblesse, avec audace et créativité.

Une marque complice

Des mots d'esprit rafraîchissants sur un fond bayadère inspiré du pop-art, telle est la recette qui a permis aux clients de s'approprier le ton et l'identité uniques de la marque. Un succès sur toute la ligne.

Une relation privilégiée avec ses clients

Monoprix prolonge sur les réseaux sociaux la relation de proximité qu'elle construit tous les jours avec ses clients. Présente sur les réseaux sociaux depuis 2009, elle fédère une large communauté (plus d'1 million de fans sur Facebook et près de 170 000 abonnés sur Instagram), faisant de Monoprix l'une des marques les plus sociales de France.





HAPPY BIRTHDAY MONOPRIX!

Pour nos 85 ans, on fait le plein de surprises

Pour son 85^e anniversaire, Monoprix clame sa différence et sa promesse : être la marque de l'étonnement au quotidien. Pour l'occasion, le pouvoir d'attraction de ses packagings, déjà emblématiques, est renforcé avec des messages encore plus décalés et des surprises inédites : les packs Monoprix porteront en effet de façon aléatoire une offre cadeau unique qui s'activera lors du passage en caisse. Une grande campagne d'affichage soutiendra l'opération, tandis que 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.

Un nouveau film à découvrir

Les 85 ans de Monoprix signent également le retour de la marque en TV. Un film émotionnel à découvrir le 10 mai à 20h50, en exclusivité sur M6.

Dès le 11 mai, vous pourrez retrouver l'intégralité du film sur notre chaîne Youtube.

<https://www.youtube.com/user/monoprix>





UN ESPRIT PIONNIER MONOPRIX, PRÉCURSEUR DEPUIS 85 ANS

À chaque quotidien ses besoins

Innover, c'est savoir se réinventer régulièrement. Depuis 85 ans, Monoprix imagine des formats qui s'adaptent aux nouveaux rythmes et modes de vie urbains : Monoprix, monop', Naturalia... Autant de nouvelles enseignes qui favorisent la proximité pour répondre à tous les besoins et à toutes les envies.

Pour un quotidien durable

Innover, c'est savoir anticiper. Initiée il y a plus de 25 ans, la démarche de développement durable est l'un des marqueurs forts de Monoprix : Monoprix Vert, Monoprix Bio, Monoprix Tous Cultiv'acteurs, commerce équitable, véhicules roulant au gaz naturel, sac pliable réutilisable... Autant d'actions qui marquent l'engagement fort de Monoprix pour répondre aux aspirations d'une clientèle qui cherche à consommer des produits de meilleure qualité, qui restent accessibles.

Toujours plus de services

Innover, c'est savoir s'adapter. Face aux nouveaux usages, Monoprix a initié des services innovants pour faire évoluer l'expérience d'achat. Site marchand, applications pour smartphone, réseaux sociaux, digitalisation des magasins, Click & Collect, livraison à domicile, lockers (casiers automatiques de livraison), livraison en cycloporteur... Autant de services à portée de clic qui simplifient le quotidien, au plus près des attentes du client.





DÉMOCRATISER LE MEILLEUR DE LA MODE, DU DESIGN ET DE L'ALIMENTAIRE





LE BEAU ET LE BON **ACCESSIBLES À TOUS**

Démocratiser les tendances

Paola Navone, Marion Lesage, Sarah Lavoine, Leon & Harper... En invitant depuis plus de 20 ans des créateurs à imaginer une collection sur mesure pour ses clients, Monoprix démocratise le beau pour le mettre à la portée de tous. Aujourd'hui, cette démarche est étendue au rayon beauté où des marques internationales, comme Natura Siberica ou Aussie, intègrent régulièrement les rayons, en exclusivité chez Monoprix.

Des partenaires d'exception

Dans l'assiette aussi, Monoprix cultive l'excellence et la curiosité. Attentive aux nouvelles attentes de consommation de ses clients, l'enseigne propose des produits à la fois inédits et en phase avec leurs envies. Monoprix s'appuie d'ailleurs sur l'expertise de professionnels de références comme Michel Bettane, Christian Desseauve, Frédéric Lalos ou encore Marie-Anne Cantin, pour créer l'envie et la surprise!

Des marques propres devenues emblématiques

Pionnière en la matière depuis 1947, Monoprix propose aujourd'hui un large éventail de marques propres répondant à toutes les attentes des citadins. La marque Monoprix et ses packagings hyper différenciants, Monoprix Gourmet, à la pointe de la gourmandise et des savoir-faire traditionnels, Monoprix Bio ou encore Bout'chou dédiée aux bébés, font office de référence.

Consommer mieux

Démocratiser le bon pour tous, c'est aussi promouvoir une consommation responsable, en réponse aux attentes des consommateurs, de plus en plus sensibles à la provenance, au mode de production, à la composition des produits. Monoprix a toujours été précurseur sur ces sujets. Dès 1990, par exemple, Monoprix anticipe l'arrivée du bio, en proposant des produits issus de l'agriculture biologique. L'enseigne réunit aujourd'hui une offre de produits labellisés (bio, commerce équitable), des produits locaux, et des produits respectueux du bien-être animal.

Dénicheur de talents

Pour entretenir la curiosité de ses clients et leur faciliter le quotidien, Monoprix s'intéresse de près aux nouvelles entreprises. En mode, en alimentaire ou en matière de service, l'enseigne se positionne ainsi sur de nouveaux segments. Monoprix a d'ailleurs acquis un vrai rôle de dénicheur de talents en soutenant et en faisant confiance à de jeunes entrepreneurs.





LA VILLE EN PLUS PRATIQUE **AU SERVICE DES CITADINS**

Le pari urbain de Monoprix

Depuis l'ouverture du premier magasin à Rouen, en 1932, Monoprix n'a jamais changé de modèle : rendre le beau et le bon accessibles à tous, en centre-ville. Passionnée par la ville, qui constitue un formidable lieu de vie, d'échanges et d'innovation, Monoprix compte aujourd'hui plus de 600 magasins dans plus de 250 villes en France.

Des services sur mesure

Son expertise du centre-ville a conduit Monoprix à mettre en place des services sur mesure pour les citadins. Dans les faits, cela se traduit par des plages d'ouverture larges en centre-ville, le Shop and Go (livraison et paiement à domicile), le service Click & Collect (achat en ligne à retirer en magasin), ou encore la livraison à pied en moins d'une heure.

Une offre audacieuse

Des produits traditionnels d'exception, des marques propres, des marques nationales, des marques internationales : tout, chez Monoprix, est pensé pour satisfaire au mieux les envies des clients urbains et leur proposer un assortiment audacieux. Une sélection exigeante et de véritables partis pris sur l'offre.



MONOPRIX COMPLÈTEMENT CHIFFRÉ

+ de 21 000
collaborateurs dont 60%
de femmes



170
magasins
proposent
le Shop&Go



3 formats
d'enseignes :
Monoprix
monop'
NATURALIA



+600
magasins
en France



10 à 12
collaborations
mode et design
par an



2,3
millions de
livraisons
à domicile
par an

