

Monoprix supprime la distribution de ses catalogues papiers

Monoprix ouvre la voie et décide de repenser ses outils de communication client en intégrant dans sa réflexion divers paramètres : les besoins des urbains, la montée du digital et les enjeux et impacts environnementaux.

Préserver l'environnement et répondre à une attente des urbains

Plus de 20 milliards de catalogues, brochures et prospectus publicitaires papiers sont distribués chaque année en France par l'ensemble des enseignes et distributeurs. En supprimant environ 30 millions d'unités, correspondant à 2400 tonnes de papier, Monoprix souhaite faire évoluer sa communication client en faisant désormais appel à des outils plus respectueux de l'environnement. La préservation des forêts, la moindre consommation d'eau et la diminution des transports et émissions de CO2 sont autant d'arguments qui ont poussé l'enseigne du centre-ville à prendre cet engagement.

Une réduction de l'impact écologique considérable

L'impact écologique du prospectus digital est 14 fois inférieur à celui du papier¹. La digitalisation des catalogues, en plus de proposer le bon produit, à la bonne personne, au bon moment, constituera une vraie avancée environnementale. Les catalogues seront dès lors accessibles via l'application mobile Monoprix & moi mais aussi via des sites web et applications partenaires spécialisées.

« Je me réjouis de cette décision qui renforce notre posture de responsabilité sociétale ainsi que la préférence de marque. » déclare Florence Chaffiotte, Directrice Marketing et Innovation de Monoprix.

A propos de Monoprix :

Monoprix est une filiale du groupe Casino. Leader du commerce de centre-ville avec une présence dans plus de 250 villes en France à travers 3 formats d'enseigne (Monoprix, monop' et Naturalia). Monoprix opère environ 800 magasins, compte 21 000 collaborateurs et a réalisé, en 2018, 5 milliards d'euros d'activités.

Pionnier de la livraison à domicile développée par l'enseigne dès 1990, Monoprix réalise aujourd'hui plus de 3 millions de livraisons par an, dans plus de 150 villes en France. Après avoir créé le click and collect il y a plus de 3 ans, la marque innove pour toujours plus de service clients avec 'shop and go' (lâcher de caddie en magasin puis livraison et paiement à domicile), 'shop1h' (livraison à pied en moins d'1 heure), 'shop and give' (don alimentaire et recyclage d'ampoules et piles à domicile), 'monop'easy' (paiement sur smartphone sans passage en caisse), liste de courses intelligente. Le plaisir des courses sans la contrainte.

¹ Human & Green Consultants pour Bonial

Pour plus d'informations, entreprise.monoprix.fr

CONTACTS PRESSE :

Monoprix – Marion Denonfoux

mdenonfoux@monoprix.fr

Tél. : 01 78 99 95 97

Havas Paris – Jeanne Bariller

pressemonoprix@havas.com

Port. : 06 15 51 49 40