

Monoprix s'engage en faveur des produits locaux et met à l'honneur les spécialités de nos régions

Fidèle à ses engagements en faveur du « mieux-manger », Monoprix propose une sélection de produits locaux (moins de 100 km) qui incarne le meilleur des savoir-faire de nos régions. Initialement lancée dans 12 magasins tests, cette démarche est désormais déployée dans l'ensemble des magasins, participant ainsi au soutien du tissu économique local.

64% des Français¹ disent privilégier les produits locaux quand ils font leurs courses. Monoprix répond à cette attente avec un très haut niveau d'exigence.

Le « locavorisme » est un phénomène significatif dans les comportements de consommation. L'appétence pour des produits frais, locaux, régionaux et de saison s'est accrue durant les mois de crise sanitaire et constitue désormais l'un des principaux critères d'achat.

Monoprix y répond avec un très haut niveau d'exigence. D'une part, en sélectionnant des produits - alimentaires et non alimentaires - issus d'un rayon maximum de 100 km, ainsi que des spécialités régionales, et, d'autre part, en élaborant un cahier des charges intégrant des critères définis par les clients eux-mêmes². « *Promouvoir les produits de nos régions répond à la fois aux attentes de nos clients mais illustre également l'ADN d'une entreprise française engagée depuis l'origine dans la défense du « bon ». Il s'agit aussi d'accompagner les partenaires avec lesquels nous travaillons et d'inscrire cette démarche dans le long terme.* » souligne Diane COLICHE, Directrice Générale Exécutive.

Les directeurs de magasin se sont impliqués directement afin de dénicher les meilleurs produits et d'en faciliter le référencement, dans une logique décentralisée.

Au cœur de leur écosystème régional, les magasins jouent un rôle majeur dans la démarche. Leurs directeurs sont allés à la rencontre de producteurs, éleveurs, agriculteurs et fabricants afin de sélectionner les meilleurs produits. Par ailleurs, le processus de référencement a été simplifié pour faciliter les démarches et permettre une montée en puissance rapide de cette offre.

Par exemple, dans les magasins situés en Ile-de-France, les produits suivants sont mis à l'honneur : les jambons *Prince de Paris* de la marque DOUMBEA et les micro-pousses du PAYSAN URBAIN en ultra-local, des yaourts et du lait frais en provenance directe de LA FERME DE GRIGNON, ou encore les productions des FERMES DE GALLY, depuis les Yvelines.

Une signalétique originale qui met à l'honneur les couleurs de nos régions.



¹ Étude Food 360 Kantar 2020, menée online en partenariat avec le Sial Paris

² Sondage réalisé dans 12 magasins au mois de février 2021.

A propos de Monoprix

Monoprix est une enseigne du Groupe Casino. Leader du commerce de centre-ville avec une présence dans plus de 250 villes en France, ses 21 000 collaborateurs animent au quotidien 800 magasins, avec trois formats d'enseigne - Monoprix, monop' et Naturalia - et deux sites e-commerce, monoprix.fr et Sarenza, regroupés au sein de l'entité Monoprix Online. En 2020, Monoprix a réalisé 5 milliards d'euros d'activités. Plus d'informations sur entreprise.monoprix.fr

Contact presse :

Mail : pressecorporate@monoprix.fr

Tel. : 06.78.39.09.38