

MONOP' RÉINVENTE LE COMMERCE DE PROXIMITÉ AVEC UN NOUVEAU CONCEPT QUI OUVRE SES PORTES DANS LE 10^{ÈME} ARRONDISSEMENT DE PARIS

monop'
Rue de Marseille

Pionnier du convenience store à la française, monop' repense son modèle pour répondre à la transformation des modes de consommation dans les métropoles. Grâce à un modèle hybride, à la fois humain et digital, ce magasin de 250 m² ambitionne de satisfaire toutes les envies et besoins de courses, à tout moment de la journée et de la semaine.



Depuis sa création en 2005, monop' se met au service des urbains et s'adapte sans cesse aux aspirations de ses clients. Alors que les urbains fragmentent de plus en plus leurs achats, monop' a imaginé un concept capable de réconcilier toutes les envies de courses : **digitales et physiques, plein de courses et courses d'appoint, produits ultra frais du jour et livraisons de plats préparés, marques ou vrac, à emporter ou sur place**, à tous les moments de la journée et de la semaine. Ce sont 4 000 références qui sont proposées dans ce nouveau magasin dont plus de 300 disponibles H24.

Maguelone PARÉ,

DIRECTRICE CONCEPT ET INNOVATION DE MONOPRIX, AJOUTE :

“
Nous sommes fiers de ce nouveau concept monop' qui fait bouger les lignes du commerce de proximité en mettant l'accent sur le goût, l'humain, le e-commerce et la responsabilité. monop' devient ainsi un véritable supermarchand du quotidien au service des usages multiples et fragmentés des urbains.

”

Jean-Paul MOCHET,

PRÉSIDENT DU GROUPE MONOPRIX, DÉCLARE :

“

Ce concept a été pensé pour réunir le meilleur des deux mondes. À la fois physique et digital, ce magasin tient la double promesse de la sensorialité et de la praticité. C'est aussi un lieu de relation humaine, tant par la qualité de l'accueil que par les services proposés : restauration sur place, prêt d'objets gratuit et lien avec un certain nombre d'associations qui agissent en matière de collecte de vêtements ou de produits alimentaires. Nous réunissons ainsi dans 250m² le meilleur des savoir-faire et des engagements de Monoprix, démontrant ainsi notre capacité à réinventer l'ensemble de nos formats et à nous impliquer dans des causes d'intérêt général.

”

Fidèle à la volonté de Monoprix de **réinventer le plaisir de vivre à la française**, ce nouveau concept s'appuie sur les piliers fondamentaux du commerce de proximité : une offre de produits ultra-frais, le meilleur des solutions e-commerce et une palette de services innovants pour faciliter le quotidien des urbains.

UNE PLACE MAJEURE ACCORDÉE AUX PRODUITS ULTRA FRAIS, À LA RESTAURATION ET AU VRAC



Dans 250 m² les clients auront accès à une large sélection de produits frais « Monoprix du Jour » avec des produits locaux, une sélection « du marché » avec des produits de saison, de la fraîche découpe, des fleurs du jour et du pain cuit toutes les heures.

Les solutions de restauration sont aussi à l'honneur avec une large offre proposée au comptoir et préparée sur place : café, petit-déjeuner, plat et sandwich du jour et même gaufres, crêpes et barbe à papa. Les clients peuvent également retrouver en avant-première une offre de frites, nuggets, churros préparés sur place et proposés en plusieurs formats.



Je suis en VRAC

Ce nouveau monop' met également à l'honneur le vrac avec des collaborations inédites dans les univers de la bière, des bonbons, des produits d'entretien, du café fraîchement moulu ou encore des croquettes pour chiens et chats.

**PETTY
WELL**

Les croquettes de la marque Pretty Well produites en France et vendues en vrac, avec recommandation personnalisée selon les besoins de chaque chien et chat.



Le fromage blanc en vrac Les 2 Vaches bio est disponible pour la première fois en vrac au monop' rue de Marseille. Le client peut choisir entre 2 tailles de pots en carton recyclable, et ainsi acheter la juste dose.

Briochin
depuis 1939

Une offre de produits d'entretien ECOCERT artisanaux en vrac, de la marque Briochin, PME française, qui fabrique en Bretagne, est également proposée. Un distributeur permettra de remplir les flacons en verre rechargeable de la marque avec 4 produits phares : le liquide vaisselle & mains Savon Noir et Algues Marines, le vinaigre de Ménage, le savon noir et enfin la lessive au savon Noir.



Déjà présent dans 6 magasins de l'enseigne, ce nouveau corner Petit Ballon propose une aide simplifiée pour les clients afin qu'ils choisissent leurs vins avec plus de facilité. Une nouvelle classification bouleverse les codes en classant les vins par goût et par occasion grâce aux différents profils œnologiques mis en place par Le Petit Ballon. Enfin, les clients peuvent retrouver une expérience digitale inédite : Le Petit Ballon s'appuie sur la présence d'une borne en rayon, qui guide les utilisateurs et les aide à trouver le vin idéal.



Déjà présente dans 5 magasins Monoprix, l'échoppe à bières en Vrac Gallia est aussi proposée dans le nouveau concept monop' rue de Marseille. Les clients peuvent directement remplir leur "growler" de la bière de leur choix, leur permettant de la transporter sous pression et ainsi de limiter la démultiplication d'emballages.



Autre nouveauté présente dans ce magasin, un vrac de bonbons avec Carambar & Co. Inscrite dans l'ADN même du bonbon, cette offre qui permet de réduire les emballages est composée de 10 références de bonbons en vrac des plus belles marques du groupe.

Ce nouveau monop' regroupe les dernières innovations de l'enseigne Monoprix avec un espace « La Station » - une large sélection d'articles à destination des cyclistes tels que selles, paniers, casques ou matériel de réparation - et un espace « La Santé au Quotidien » avec une sélection pointue de produits dans les univers de la beauté, des compléments alimentaires mais aussi des produits à base de CBD.



UN PARCOURS CLIENT AUGMENTÉ



Ce magasin propose également l'accès aux plus de 30 000 références disponibles sur cours.monoprix.fr via le service Monoprix Plus à retirer directement sur place grâce au service « Monoprix, Cliquez & Retirez ».

Les clients peuvent venir retirer les livraisons « monopèat ». Simple d'utilisation, monopèat permet de faire ses courses en 3 clics parmi plus de 900 références puis d'être livré en moins de 30 minutes, en partenariat avec Deliveroo. Le service est disponible sur l'application Monoprix & Moi et sur monopeat.fr.

Pour les commandes Mode et Maison réalisées sur monoprix.fr, le magasin est également un point de retrait Click & Collect.

Enfin, une zone autonome de 30m² est accessible 7 jours sur 7 en dehors des horaires d'ouverture.

Pour y accéder, le client présente simplement sa carte bancaire à la borne dédiée. Il peut ensuite faire ses achats parmi 300 références et sortir sans passer en caisse grâce à un système de pesée permettant d'identifier les produits choisis. Cette technologie est déployée à travers le partenariat entre Shekel Brainweigh et les équipes innovation du groupe Casino depuis fin 2019. La solution de paiement à la borne, a quant à elle été développée avec Wordline, permettant ainsi de proposer un parcours fluide et un règlement sécurisé.





DEVENIR UN ACTEUR DE LA VIE DE QUARTIER : PROCHE, SOLIDAIRE ET RESPONSABLE

Remettre l'humain au cœur des quartiers passe aussi par la solidarité entre habitants. Ainsi, en partenariat avec la plateforme Ulule, ce nouveau monop' permet de soutenir les associations locales. Des collectes de vêtements avec Ecotextile et de denrées alimentaires avec Linkee sont également proposées tout au long de l'année. Enfin, pour lutter contre le gaspillage alimentaire, des paniers Too good To Go sont mis en ligne quotidiennement sur la plateforme.



Pour encourager une consommation plus responsable, de nouveaux services y sont proposés comme « Je m'appelle reviens », service de prêt d'objets gratuit. Les clients peuvent ainsi, emprunter gratuitement pendant 48h un appareil à raclette, une imprimante ou même une guitare électrique, pour répondre à leurs besoins ponctuels.

Autre nouveauté, un service de personal shopping est proposé. Un produit manquant ou un besoin spécifique ? Le responsable du magasin est présent pour accompagner chaque client. Si le produit souhaité n'est pas disponible sur ce magasin, monop' s'engage à le mettre à disposition sous deux heures.

Ayant à cœur de créer une ambiance conviviale, en plus d'une playlist musicale sur mesure, ce monop' renoue avec les cartes de fidélité, papier et vintage. Ainsi, dès 5 tampons obtenus pour l'achat d'un café, le sixième est offert.



Le monop' de la rue de Marseille est le premier à disposer de son propre compte Instagram, avec une ambition : animer la vie de quartier.

Enfin, ce magasin a mis en place un dispositif sanitaire strict grâce à une solution de purification de l'air qui assure la destruction de 99% des virus et bactéries.





3 RUE DE MARSEILLE - 75010 PARIS

**OUVERT DE 8H30 À MINUIT DU LUNDI AU SAMEDI.
DIMANCHE 9H-21H. ZONE AUTONOME OUVERTE TOUTE LA NUIT.**

250 M² DE SURFACE

4 000 RÉFÉRENCES PRODUITS DONT PLUS DE 300 DISPONIBLES H24

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 23 000 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

Email : pressecorporate@monoprix.fr / Tel. : 06.78.39.09.38