

la cantine
MONOPRIX

“LA CANTINE”

LE foodcourt à la française
de Monoprix

3 AVRIL 2025

ILLUSTRATION DE LA STRATÉGIE DU GROUPE CASINO SUR LA RESTAURATION À EMPORTER, LA CANTINE EST UN LIEU UNIQUE QUI VISE À RÉINVENTER LES PAUSES REPAS DE LA JOURNÉE EN ALLIANT ACCESSIBILITÉ, QUALITÉ ET CRÉATIVITÉ CULINAIRE POUR RÉPONDRE TOUJOURS MIEUX AUX NOUVELLES ATTENTES DES CONSOMMATEURS. EN S'APPUYANT SUR LE SAVOIR-FAIRE ET L'EXPERTISE UNIQUE DE MONOPRIX.

Axe fort du plan stratégique Renouveau 2028 du groupe Casino, le segment de la restauration à emporter est plus que jamais un de ses leviers de croissance.

“La proximité est au cœur de la stratégie du groupe Casino, elle fait partie de son ADN. Le lancement de La Cantine par Monoprix est l’aboutissement d’un projet qui s’inscrit dans la droite ligne de ce que nous avons présenté en novembre au moment de la présentation de notre plan stratégique Renouveau 2028. C’est une illustration concrète de notre ambition en matière de restauration à emporter et un exemple de plus en faveur de notre positionnement sur le segment de la proximité”

PHILIPPE PALAZZI, DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE CASINO ET PRÉSIDENT DE MONOPRIX

Avec La Cantine, Monoprix réaffirme ses fondamentaux pour une restauration rapide qualitative et accessible, avec une offre complète et totalement nouvelle qui fait la part belle aux artisans locaux.

“La Cantine est un concept modulaire, qui s’adapte aux spécificités de la zone de chalandise, à la taille et à la configuration de nos points de vente. Nous répondons ainsi à une demande forte des urbains : manger vite et sans compromis sur la qualité, dans un cadre accueillant et accessible. C’est l’exemple parfait de ce que Monoprix sait faire de mieux : allier créativité, qualité, accessibilité... et proximité”

ALFRED HAWAWINI, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE MONOPRIX

Pour développer ce nouveau concept, Monoprix s’est appuyé sur un réseau d’artisans et de chefs partenaires pour proposer des recettes exclusives, avec des produits de qualité et à des prix attractifs. Acteur clé du centre-ville, Monoprix a également voulu que la démarche soit flexible avec une offre pensée pour être revisitée chaque jour, pour s’adapter aux spécificités de chaque quartier.

“La Cantine, ce n’est pas seulement un lieu de restauration le midi. C’est un rendez-vous quotidien où l’on peut venir prendre un café de spécialité le matin, déguster un sandwich signature ou un plat chaud à midi, et se faire plaisir avec une douceur en fin de journée. Nous travaillons avec des artisans partenaires, des PME françaises, avec un sourcing local pour proposer une offre de haute qualité et des recettes originales”

**ROMAIN POBÉ, DIRECTEUR OFFRE ET E-COMMERCE ALIMENTAIRE ET BEAUTÉ,
DIRECTEUR MARKETING DE MONOPRIX**

UNE REPOSE AUX NOUVELLES ATTENTES DES CONSOMMATEURS URBAINS

Les modes de vie et de consommation se transforment avec le succès des coffeeshop à la française, des boulangeries snacking, des chaînes de restauration rapide, et avec eux les attentes des consommateurs évoluent. Face à l'évolution des habitudes de consommation des urbains, qui plébiscitent des offres de snacking à tout moment de la journée, du petit-déjeuner au dîner, Monoprix réinvente l'expérience du quotidien.

En lançant La Cantine, son nouveau concept de foodcourt à la française, la marque propose une offre de restauration rapide, de qualité, variée, avec des produits exclusifs, le tout dans un cadre accueillant et chaleureux. L'intégralité de l'offre boulangerie/viennoiseries/pâtisseries et snacking est regroupée dans le même espace.

UNE TENDANCE DE MARCHÉ EN PROGRESSION :

chiffre d'affaires du snacking + 7.7 %

UN POTENTIEL MARCHÉ IMPORTANT :

la pause déjeuner représente 5.8 milliards de repas par an en France

Source : NielsenIQ



UN NOUVEAU MOTEUR DE CROISSANCE POUR MONOPRIX

En accélérant sur le segment de la restauration à emporter, Monoprix vient concrétiser la nouvelle stratégie du groupe Casino désormais recentrée sur la proximité avec trois marchés clés : être le rendez-vous des courses alimentaires du quotidien ; devenir un acteur majeur de la restauration à emporter et être le leader de nouveaux services de la vie quotidienne. Avec La Cantine, Monoprix franchit un cap dans son ambition de devenir un acteur clé de la restauration, en prolongeant la dynamique engagée par le Groupe et en mobilisant tout son savoir-faire en matière d'alimentation.



Monoprix a une ambition claire : faire de La Cantine un véritable moteur de croissance pour la marque et un levier d'attractivité fort pour ses magasins. La Cantine est une vitrine du savoir-faire de Monoprix en termes d'expérience urbaine unique et un projet clé dans sa stratégie de différenciation.

Ce concept est conçu pour être déployable, flexible et rentable, avec une modularité adaptable à chaque territoire urbain en France. Il permet d'animer la vie locale avec une solution de restauration adaptée aux rythmes de vie des urbains, avec une offre pensée pour être revisitée chaque jour. Il sera très prochainement déployé dans des magasins en Ile-de-France et en province. L'idée est ainsi d'évaluer la pertinence du concept sur différents formats de magasins.

Ce projet embarque également les collaborateurs des magasins, qui sont formés aux métiers de la restauration avec une valorisation des savoir-faire artisanaux. Deux baristas ont ainsi été spécialement recrutés pour servir les spécialités de café et smoothies et opéreront derrière le comptoir du magasin de Beaugrenelle dans le 15^e arrondissement à Paris. Les équipes des magasins La Cantine ont par ailleurs, été formées par Malongo sur le café, les origines et la dégustation.

la cantine^o MONOPRIX

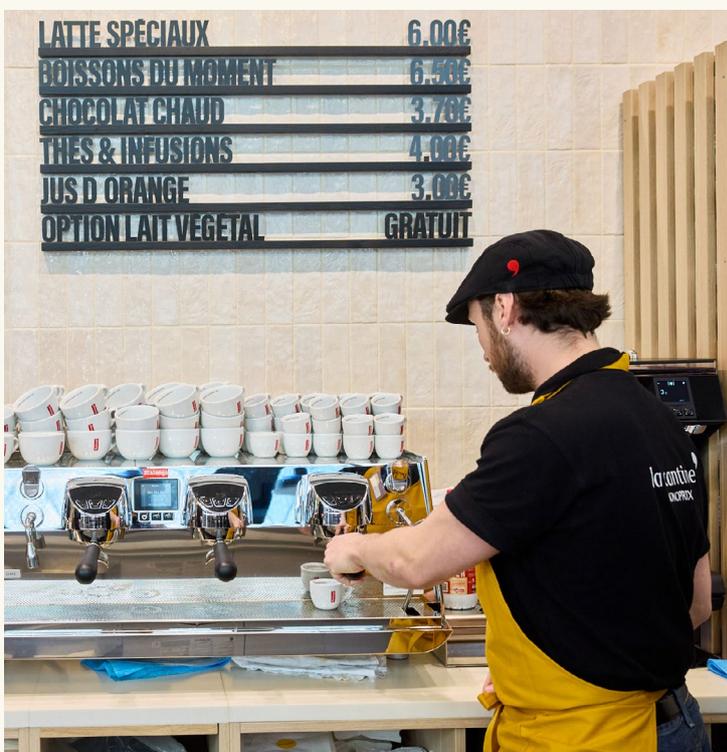


UNE OFFRE PENSÉE POUR TOUS LES MOMENTS DE LA JOURNÉE

La Cantine propose une offre complète, couvrant tous les moments de la journée : on peut venir prendre un café de spécialité préparé par un barista le matin, déguster un sandwich signature ou un plat chaud à midi, et se faire plaisir avec une douceur en fin de journée. Tous les plats sont préparés avec des **produits de qualité** et conçus en **collaboration avec des chefs partenaires**.

Le format foodcourt à la française imaginé par Monoprix combine modularité et mise en avant des talents culinaires, tout en favorisant un renouvellement constant des propositions. Il permet une **grande flexibilité** et une **diversité d'offre** pour répondre aux différentes attentes des consommateurs. La carte va ainsi évoluer deux fois par an avec **plus de 60 innovations** et ce, avec l'appui des partenaires de Monoprix, qui en acteur de l'ultra proximité travaille avec des PME voire TPE, françaises, dans des cahiers des charges très rigoureux, pour assurer une qualité gustative constante et optimale.

L'offre a été constituée pour être accessible, sans concession sur la qualité. Les repas sont proposés au prix d'un ticket-restaurant, permettant aux clients de se faire plaisir quotidiennement. L'objectif est d'ancrer La Cantine dans les habitudes des consommateurs. Et pour plus de facilité pour les clients, La Cantine est disponible en ligne sur la boutique Monoprix via les plateformes Uber Eats et Deliveroo pour répondre à toutes les envies, à toute heure, en livraison express.



DES COLLABORATIONS AVEC DES CHEFS DE RENOM POUR DES PRODUITS EXCLUSIFS

L'innovation est au cœur du projet La Cantine, avec le lancement de produits exclusifs, la mise en avant de pépites gourmandes, des recettes inédites et des collaborations avec des chefs de renom. Noémie Honiat chef pâtissière, a ainsi conçu pour La Cantine des recettes traditionnelles sucrées et salées du nouvel assortiment boulangerie et pâtisserie traditionnelle et Christophe Fromager, vice-champion du monde fromager, sa sélection à déguster dans les sandwiches.

D'ici quelques semaines, une autre collaboration viendra compléter l'offre avec une collection capsule.



NOÉMIE HONIAT

Cheffe passionnée, Championne de France et de Belgique de Dessert, Toc d'or, finaliste de Top Chef, Jury et présentatrice sur Netflix, La meilleure boulangerie sur M6 et le Meilleur pâtissier sur M6 accompagne Monoprix en mettant à l'honneur des produits naturels, savoureux et accessibles à tous pour La Cantine.

Avec Monoprix, elle a imaginé des recettes à la fois authentiques et innovantes, alliant saveurs et associations audacieuses : des financiers aux parfums originaux et gourmets (citron-pavot, chocolat blanc-framboise-hibiscus ou encore pistache-griotte), une création inédite pour Monoprix, le "flankie" et des tartelettes.



UNE OFFRE ÉVOLUTIVE EN FONCTION DES MOMENTS DE LA JOURNÉE

- La gamme est évolutive pour répondre à tous les besoins : des recettes classiques pour une pause déjeuner rapide, et une offre plus gastronomique pour ceux qui recherchent une expérience culinaire plus "premium".
- Des produits authentique et artisanaux, avec un travail spécifique sur le pain signé Noémie Honiat (le pain nordic seigle et khorasan, le pain maïs et graines de courge et le pain aux fruits secs).
- Des fromages sélectionnés par Christophe Fromager.
- Un équilibre entre accessibilité et qualité pour une clientèle urbaine exigeante.

EN MATINÉE

Une offre étendue avec de grands classiques mais aussi des recettes originales, pour satisfaire toute les envies.

L'OFFRE CAFÉ BARISTA

- Un partenariat avec Malongo : le café biologique et certifié commerce équitable à partir de 1.90 €.
- Proposition de lait végétal à l'avoine
- Une offre café barista saisonnière : 2 cartes de café gourmands (printemps/été et automne/hiver).
- Des recettes variées : boissons traditionnelles (expresso, cappuccino, chocolat chaud), boissons latte (matcha latte, pink chai latte, golden latte), thés bio (jasmin, menthe, earl grey).

FOOD

- Des viennoiseries : croissants pur beurre, pains au chocolat...
- Des recettes maison de pâtisseries.



LE MIDI

L'offre de restauration rapide met en avant des sandwichs signature, réalisés sur place, chaque jour, avec des ingrédients de qualité et des recettes originales.

QUELQUES EXEMPLES

- Jambon Prince de Paris : Véritable jambon de Paris, beurre AOP Charentes-Poitou, cornichons (4.50€).
- Poulet : Émincé de filet de poulet rôti aux 5 baies, tomates marinées, mayonnaise d'Orléans Martin-Pouret (6.50€).
- Chèvre Pomme Miel : Chèvre Sainte-Maure AOP, pomme Granny Smith, miel bio, noix (6.50€).
- Montagnard : Jambon de Bayonne 24 mois, Reblochon fermier, pain aux oignons (6.50€).
- Truite Fumée : Truite fumée, fromage frais à l'aneth, bagel pavot (7.50€).
- Des fromages sélectionnés par Christophe Fromager.

LE SANDWICH JAMBON PRINCE DE PARIS

Le Prince de Paris est un jambon de Paris à l'ancienne, travaillé avec une base de sel de Guérande et cuit au bouillon. Ce jambon est présent dans nombre des meilleurs jambon-beurre de la capitale, de bouchers et charcutiers ainsi que des établissements de renom. La production est encore en région parisienne. C'est la dernière salaison de Paris.

la cantine^o

MONOPRIX

LE GOÛTER

- Des pâtisseries signées par la cheffe pâtissière française Noémie Honiat, comme des financiers (citron-pavot, caramel noisette) et des cookies (praline, cacahuète, pistache).
- Un ancrage dans la pâtisserie artisanale, avec des créations exclusives de Noémie Honiat comme le Flankie (flan-cookie) ou des beignets garnis aux parfums originaux (praliné noisette fleur de sel, confit mangue-passion).



LE SOIR & LES WEEK-ENDS

- Des tartes salées, comme l'artichaut, crème et Laguiole, ou épinard, Rocamadour, noisette et miel, des recettes inspirées des bistrot français, autour de 4.50€.



DES OFFRES SPÉCIALES POUR RÉCOMPENSER LA FIDÉLITÉ DES CLIENTS :

- 10 % cagnottés sur les achats alimentaires dans l'espace La Cantine pour les clients porteurs
- 15 % cagnottés sur les achats alimentaires dans l'espace La Cantine pour les Etudiants / Jeunes porteurs de 18 à 24 ans



CONTACTS PRESSE

GROUPE CASINO - DIRECTION DE LA COMMUNICATION

directiondelacomunication@groupe-casino.fr

01 53 65 24 29

A PROPOS DE MONOPRIX

Monoprix est une marque du groupe Casino, qui transforme le commerce de proximité urbain depuis plus de 90 ans. Ses 17 000 collaborateurs animent au quotidien un réseau robuste de plus de 600 magasins au cœur des villes, et un site e-commerce, [monoprix.fr](https://www.monoprix.fr). Textile, maison, loisirs, beauté et alimentaire : la marque offre un concept commercial unique, permettant à ses clients de satisfaire chacune de leurs envies à n'importe quel moment de la journée. En 2024, l'enseigne a réalisé un chiffre d'affaires de 4 milliards d'euros.

**Pour plus d'informations,
www.entreprise.monoprix.fr**