

Monoprix ouvre son premier Drugstore Beauté à Paris

Devenir LA destination beauté des urbains, c'est la mission que se fixe Monoprix au quotidien. Ce vendredi 13 avril, l'enseigne dévoile, au sein de son magasin République au cœur de Paris, une nouvelle offre beauté dans un concept inédit.

Un parcours shopper entièrement repensé

Monoprix a imaginé un parcours client plus fluide où les différents univers de la beauté sont étroitement liés. Ainsi, le client évolue dans une atmosphère intimiste où le maquillage côtoie l'hygiène-beauté et la parapharmacie. Afin d'aider au mieux le client à s'orienter et rendre ainsi le parcours client pédagogique, Monoprix utilise des codes couleurs et des matériaux différents pour chaque pôle.

L'enseigne a ainsi développé 3 ambiances complémentaires au mobilier éco-conçu affichant chacune un parti-pris fort.

Pour l'espace make-up, Monoprix s'est inspiré de l'univers du maquillage professionnel : couleur noire prédominante, métal noir souligné de bois. Un esprit atelier avec du mobilier d'artiste.

Un décor qui contraste volontairement avec celui de l'hygiène-beauté, plus sobre et minimaliste, conçu majoritairement de blanc et de bois.

Pour la parapharmacie, Monoprix a souhaité mettre en lumière la naturalité et le végétal en optant pour du bois, du blanc souligné de noir, de la faïence verte et une touche de végétation.

Le digital au cœur du concept

Monoprix a par ailleurs veillé à ce que le digital soit présent tout au long du parcours d'achat. De nouveaux services digitaux sont implantés pour permettre au client de vivre un moment à part dans les courses : son parcours devient expérientiel.

Pour Sandrine Williamson, Directrice de l'Offre Beauté, « Le drugstore beauté Monoprix c'est : un atelier des tendances make-up où l'on libère sa créativité ; un espace branché, convivial et accessible à toutes les générations ; un lieu invitant à l'expérience et à la découverte. »



Zoom sur 4 nouveaux services digitaux proposés :

1. Monoprix offre du contenu et des tutoriels au client à travers des écrans intégrés
2. Le photobooth permet au client d'immortaliser ses essais maquillage et de les poster sur les réseaux sociaux
3. Des appareils renseignent le client quant à son type de peau et de cheveux en lui proposant un diagnostic personnalisé
4. La vitrine connectée met en avant les dernières innovations produits et propose des coupons de réduction

La Beauté vit au rythme d'aujourd'hui !

Monoprix affirme son choix d'être dans l'air du temps. Ainsi, l'enseigne renforce la présence des marques naturelles et bio tout en continuant à développer l'offre Homme, K.Beauty, ethnique et nomade.

En véritable dénicheur de tendances, Monoprix a pour volonté de valoriser les marques exclusives et les avant-premières tout en proposant une offre Marque Propre Beauté puissante, parfaitement adaptée aux citadins souvent pressés.

Enfin, Monoprix souhaite innover et surprendre en créant une offre olfactive exclusive en invitant des marques de parfums sélectives dans ses rayons.

Sandrine Williamson conclut « Le Drugstore beauté Monoprix, c'est l'harmonie entre l'esprit Monoprix (près de chez vous), les dernières tendances mode et notre nouvelle façon de consommer tout en restant accessible en prix. C'est un lieu que l'on s'approprie car il nous ressemble un peu ! »

A propos de Monoprix - filiale du Groupe Casino

Monoprix est 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 2017, 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' (lâché 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. Pour plus d'informations, entreprise.monoprix.fr.

CONTACTS PRESSE :

Monoprix – Marion Denonfoux

mdenonfoux@monoprix.fr

Tél. : 01 78 99 95 97

Havas Paris – Célia Casabianca

celia.casabianca@havas.com

Tél. 01 58 47 82 20

Port. : 07 76 57 56 22

Havas Paris – Camille Dhollande

camille.dhollande@havas.com

Port. : 06 15 38 11 57