

# MONOPRIX

*Information presse*  
Le 3 septembre 2019

## **Monoprix teste un nouveau concept de vitrines ré-enchantées en collaboration avec ses clients**

Chez Monoprix, les vitrines des magasins sont des espaces d'expression incontournables. Pour ses premières vitrines nouvelle génération, l'enseigne a choisi son magasin de Saint-Augustin et a laissé carte blanche à 4 jeunes clients pour imaginer des vitrines événementielles sur le thème de la rentrée. Dès le 2 septembre, les passants et les clients pourront découvrir des vitrines oniriques et inspirantes pour une expérience renouvelée.

### **Les vitrines, un lieu d'expression ré-inventé**

Véritable transition entre la ville et le magasin, la vitrine est un espace d'expression formidable. Jusqu'à présent Monoprix dédiait ses vitrines au soutien des animations du magasin. En véritable acteur de la vie en ville, Monoprix prend un nouveau virage et teste une conception inédite de ses vitrines pour en faire des lieux d'interactivité entre les marques, les passants, les clients et l'enseigne. Monoprix ré-affirme également sa capacité à embellir le quotidien des urbains en leur proposant une touche d'inspiration créative et convivente.



*« Par définition, nos vitrines sont des liens forts et quotidiens avec nos clients. Nous avons souhaité aller au-delà du lien et en faire de véritables lieux d'interaction. En offrant un nouveau terrain d'expression à nos clients, nous enrichissons la conversation et l'expérience client au quotidien. », souligne Maguelone Paré, Directrice du concept et de l'innovation Monoprix.*

## Saint-Augustin, un test grandeur nature



Pour son magasin de Saint-Augustin, Monoprix a joué la carte de la collaboration avec ses clients. 4 enfants ont imaginé les 4 vitrines de la rentrée.

Victoire, Lily, Aryo, Gabriel ont laissé libre court à leur créativité pour proposer des univers oniriques et colorés autour des thèmes de la soucoupe volante, de la jungle ou encore des origamis, trois thèmes tout droit issus de la collection de cartables exclusive Monoprix.



A l'heure des réseaux sociaux, les équipes Monoprix font également le pari de la viralité. Bien au-delà des passants du quartier de Saint-Augustin, ces vitrines ré-enchantées, graphiques, colorées et vivantes deviendront à coup sûr de formidables sujets de conversation et d'inspiration. Monoprix accompagne le mouvement sur Instagram et Facebook avec un grand jeu-concours autour du #rentreemonoprix. Les clients sont invités à partager une photo de la rentrée de leurs enfants sur Instagram. Un tirage au sort désignera le grand gagnant d'un bon d'achat de 500€ le 9 septembre prochain.

Monoprix prolongera l'expérience jusqu'à la fin de l'année avec un programme en résonance parfaite avec l'actualité de Monoprix et des urbains.

### **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 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. Pour plus d'informations, [entreprise.monoprix.fr](http://entreprise.monoprix.fr)

### **CONTACTS PRESSE :**

Monoprix – Edwige Lerolle  
[elerolle@monoprix.fr](mailto:elerolle@monoprix.fr) - Tél. : 06 10 86 03 70  
Thomas Marko & Associés – Sylvain Camus  
[monoprix.corporate@tmarkoagency.com](mailto:monoprix.corporate@tmarkoagency.com) - Port. : 06 12 16 38 60

*Monoprix est une enseigne du GROUPE CASINO*