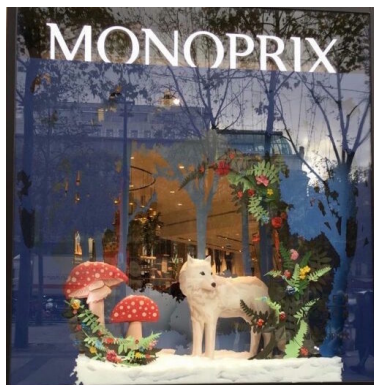


Monoprix réenchante les vitrines de Noël

Chez Monoprix, les vitrines des magasins sont des espaces d'expression incontournables. Cette année, Monoprix fête Noël en grand avec des vitrines et une scénographie inédites. L'enseigne a laissé notamment carte blanche à la jeune illustratrice écossaise Karen Mabon pour créer un univers festif dans les magasins pour Noël.

Monoprix sublime ses vitrines avec Karen Mabon

Au-delà de la collection capsule imaginée en collaboration avec Karen Mabon pour Noël, Monoprix fait entrer la féerie des fêtes de fin d'année dans ses magasins avec des vitrines et une scénographie festives qui émerveilleront, petits et grands.



Cette année, Noël offre l'opportunité de se singulariser encore plus dans la ville Lumière. Monoprix ré-affirme ainsi sa capacité à embellir le quotidien des urbains en leur proposant une touche d'inspiration créative et connivente qui mélange des éléments de la nature et des animaux tout droit sortis des contes de Noël anglais.

Dès l'entrée des magasins, les visiteurs sont plongés dans un univers de contes anglais décalés à travers une scénographie festive où se mêlent poésie ludique et expériences immersives enchantées. Des photocalls plus grands que nature, différents dans chaque magasin, invitent à un voyage au cœur du rêve de Noël.



Des vitrines ré-enchantées, colorées et vivantes

Depuis plusieurs mois, en véritable acteur de la vie en ville, Monoprix teste une conception inédite pour faire des vitrines un lieu d'interactivité, avec un programme en résonance parfaite avec ses actualités et celles des urbains. L'enseigne a pour ambition d'apporter une bulle de plaisir et de renforcer l'expérience client dès la rue.

« Monoprix est l'enseigne de centre-ville par excellence et, en tant que telle, nos vitrines ont deux ambitions : d'une part, contribuer à rendre le quartier plus beau et à surprendre les citadins, et, d'autre part, être notre meilleure façon d'attirer nos clients en magasin » souligne Phuong Leleu, Directrice marketing de Monoprix.



C'est le cas notamment pour le magasin de Saint-Augustin où passants et clients peuvent, jusqu'au 11 décembre, admirer une vitrine avec une animation de vidéo-projection sur le thème féérique des jouets de Noël. Pour cette campagne, Monoprix s'appuie sur une technologie et des animations développées par JCDecaux, en lien avec la scénographie imaginée par Monoprix.

Informations pratiques : Du 5 décembre 2019 au 31 décembre 2020

Monoprix Champs-Élysées : 109 rue de la Boétie, 75008, Paris

Monoprix Opéra : 23 avenue de l'Opéra, 75001, Paris

Monoprix Ternes : 25, avenue des Ternes, 75017, Paris

Monoprix Montparnasse : 31, rue du Départ, 75014, Paris

Monoprix Saint -Augustin : 47, boulevard Malesherbes, 75008, Paris

A propos de Karine Mabon :

Karen Mabon est une jeune dessinatrice et illustratrice écossaise installée à Londres. Diplômée du célèbre Royal College of Art, elle crée sa marque éponyme en 2013 et se fait connaître pour ses foulards en soie oniriques. Chacune de ses illustrations raconte sa propre histoire, qu'il s'agisse de créatures curieuses, de souvenirs nostalgiques ou de personnages jouant des scènes d'un vieux film oublié. La couleur et la fantaisie sont les bases de son univers.

Pour Monoprix, elle dessine une collection poétique, tout droit sortie d'un conte de fées. Alice au pays des merveilles côtoie ainsi le petit Chaperon rouge sur toute une ligne de vêtements femme et enfants et une gamme d'objets pour la maison. De quoi vivre un Noël décalé à l'anglaise.

En exclusivité chez Monoprix à partir du 3 décembre.

A propos de Monoprix, filiale du Groupe Casino :

Monoprix est une enseigne du groupe Casino. Leader du commerce de centre-ville avec une présence dans plus de 250 villes en France, ses 22 000 collaborateurs animent au quotidien 800 magasins, avec trois formats d'enseigne - Monoprix, monop' et Naturalia - et deux sites e-commerce, monoprix.fr et Sarenza. En 2018, le groupe réalise 5 milliards d'euros d'activités. Depuis sa création en 1932, Monoprix réinvente le métier de commerçant avec ses différentes marques (Monoprix, Monoprix Gourmet, Monoprix Bio, Monoprix Bio Origines, La Beauté Monoprix...) et démocratise les tendances dans tous les univers : alimentaire, mode, maison, beauté. En cultivant une offre différente, elle permet à ses clients de consommer mieux tout en leur apportant plaisir, qualité, surprise et simplicité pour que chaque jour soit étonnant. Depuis près de 30 ans, Monoprix place le développement durable au cœur de sa stratégie et souhaite contribuer à une meilleure qualité de vie en ville. De la conception de ses magasins au transport de ses marchandises ou encore la gestion de ses consommations d'énergie, les enseignes du Groupe agissent au quotidien pour diminuer leur impact sur l'environnement.

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

CONTACTS PRESSE :

Monoprix – Edwige Lerolle : elerolle@monoprix.fr – Port. : 06 10 86 03 70

Thomas Marko & Associés – Sylvain Camus : monoprix.corporate@tmarkoagency.com - Port. : 06 12 16 38 60