

## MONOPRIX MET A L'HONNEUR LA CULTURE BRÉSILIENNE

Avec l'appui de l'APEX Brésil\*, Monoprix a souhaité faire découvrir l'art et la culture brésiliens à ses clients à travers un partenariat avec 5 artistes et une sélection de produits alimentaires. Cette célébration du Brésil se fera également en dehors des magasins puisqu'un important dispositif de communication sera déployé, exprimant toute la créativité et la singularité de la marque. A travers cette démarche, Monoprix réaffirme sa volonté d'apporter du plaisir, de l'étonnement et de la surprise à ses clients.

### MONOPRIX, UNE MARQUE OUVERTE SUR LE MONDE ARTISTIQUE

Monoprix a invité cinq artistes brésiliennes pour concevoir une collection inédite qui témoigne du patrimoine culturel de chacune de leur région.

Pour l'occasion **Isabelle Tuchband**, artiste peintre originaire de **São Paulo**, a souhaité peindre des portraits de femmes inspirée des pousadas du bord de mer sur des vêtements pour femme. A l'image de sa ville, **Rio de Janeiro**, la styliste **Isabela Capeto** a imaginé des créations romantiques et urbaines aux touches naïves. La richesse agricole et fruitière de la région de **Minas Gerais** se décline à travers les œuvres colorées de **Rita Lessa**. Enfin, c'est sous le signe de la fève de cacao que les artistes peintres **Ana Luisa Laranjeira** et **Sylvia Calazans**, originaires de la région de **Bahia**, proposent des dessins hauts en couleur sur toile de coton Bela Estampa.



Pour compléter cette collection, Monoprix met à l'honneur le tissu iconique brésilien, la Chita, cousin lointain de notre française Toile de Jouy en le déclinant sur du petit mobilier, et des accessoires de ménage et de cuisine.



Les collections textiles et les objets de la maison seront présentés en avant-première sur le site [www.monoprix.fr](http://www.monoprix.fr) le 23 mai et disponibles dans tous les Monoprix à partir du 27 mai.

### UNE VINGTAINNE DE REFERENCES ALIMENTAIRES EMBLEMATIQUES DE L'ART DE VIVRE BRÉSILIEN

Monoprix proposera également un large choix de produits d'épicerie et de boissons emblématiques de l'art de vivre brésilien. Les clients pourront notamment profiter du rafraichissant et iconique soda « guarana antartica », de l'incontournable cachaça, ingrédient de base des caïpirinha, ou des bières Colorado. L'offre épicerie intégrera les paçoquitas aux cacahuètes, les feijao carioca, les pâtes de goyaves ou encore le miel à la fleur de café. Des opérations de dégustations seront organisées dans de nombreux magasins pour faire découvrir au plus grand nombre quelques-uns de ces produits typiques.

# MONOPRIX

## MONOPRIX PROMeut LE BRÉSIL DANS SES MAGASINS MAIS ÉGALEMENT DANS LA RUE ET SUR LA TOILE

Les citadins pourront voir les créatrices brésiliennes à l'œuvre puisque Monoprix leur donne carte blanche pour repeindre les vitrines de ses magasins les plus emblématiques :

- Ana Luisa Laranjeira et Sylvia Calazans seront au magasin des Champs Élysées le 26 mai (à partir de 11h30), et au magasin d'Aix en Provence, avenue Mirabeau, le 27 mai (à partir de 12h).
- Isabela Capeto, sera aux magasins de l'avenue de l'Opéra le 26 mai (à partir de 16h) et de la rue du commerce le 27 mai (à partir de 12h).
- Isabelle Tuchband sera rue de Rennes le 26 mai (à partir de 11h) et au magasin de Nice, avenue Jean Médecin le 27 mai (à partir de 12h).
- Rita Lessa sera à Ternes le 26 mai (à partir de 12h) et au Grand Bazar de Lyon le 27 mai (à partir de 12h).

En parallèle, Monoprix déploiera un dispositif de street-marketing original et visuellement impactant qui repose sur différentes animations telles que la distribution de bracelets brésiliens « Monoprix samballe pour vous » (à Paris, Lyon et Marseille les 28, 30 et 31 mai), ou encore un défilé de deux troupes de percussionnistes brésiliens de Batucada Batala qui parcourront les rues de Paris (VIe, VIIIe, XIe, XIIe, XIVe, XVIe, XVIIe) le samedi 31 mai.

Un cours de cuisine exceptionnel sera proposé aux meilleurs clients parisiens porteurs de la carte de fidélité.

Monoprix multipliera également les initiatives sur les réseaux sociaux, habillés pour l'occasion aux couleurs de l'opération.

Sur sa page Facebook, Monoprix mettra en place un jeu permettant de gagner un voyage pour deux au Brésil. Des bons d'achats seront également à remporter. Sur Pinterest, un « board » sera consacré à l'univers de chacune des artistes. Enfin, Monoprix a fait appel à des blogueuses pour mettre en scène l'offre mode et décoration sur leur compte Instagram.

- L'univers d'Isabelle Tuchband, vu par la blogueuse Laetitia « Vert Cerise », <http://www.vertcerise.com/>
- L'univers de Rita Lessa vu par la blogueuse Daphné « Mode and The City », <http://www.modeandthecity.net/>
- L'univers d'Isabela Capeto vu par la blogueuse Amélie « Morning by Foley », <http://morning-by-foley.com/>
- Les univers d'Ana Luisa Laranjeira et Sylvia Calazans, vus par Laura « Pinketcetera », <http://www.pinketcetera.com/>
- L'imprimé Chita, vu par la blogueuse Stéphanie « Mademoiselle Stef », <http://www.mademoisellestef.com/>

*\*Apex Brésil est l'agence de promotion du commerce et de l'investissement brésilien à l'étranger.*

### **A propos de Monoprix :**

*Monoprix est leader du commerce de centre-ville avec une présence dans plus de 200 villes en France à travers ses 6 enseignes. Filiale du groupe Casino, Monoprix possède 500 magasins et compte 20 000 collaborateurs. Son chiffre d'affaires en 2013 a atteint 4,3 Mds € TTC.*

### **Contacts presse Monoprix :**

Marie-Camille Dehaut – 01 78 99 81 57 – [mdehaut@monoprix.fr](mailto:mdehaut@monoprix.fr)