

MONOPRIX

Communiqué de presse
Mardi 13 octobre 2015

MONOPRIX REAFFIRME SON POSITIONNEMENT MODE

Depuis plusieurs années, Monoprix s'affirme comme un acteur incontournable de la mode citadine et tendance. Pour renforcer ce positionnement, Monoprix lance une campagne de publicité 360 et affiche, à travers sa communication joyeuse, sa conception singulière et contemporaine de l'art de vivre en ville.

Enseigne référente du centre-ville, Monoprix se donne pour mission, depuis 80 ans, de démocratiser le beau en le rendant accessible à tous.

Le savoir-faire et la créativité des équipes de Monoprix, qui possède son propre bureau de style, lui permettent de proposer à ses clients une offre alliant qualité, style et plaisir au meilleur prix. Ces dernières années, Monoprix a renforcé ses marques propres mode (femme, homme, enfant et bébé) pour leur donner de véritables identités.

Ainsi, le « style Monoprix », chic, décontracté et urbain dispose de 5 atouts majeurs pour satisfaire les citadins :

- **Des collections renouvelées à un rythme soutenu** pour surprendre les clients avec toujours plus de nouveautés
- **Une offre de basiques référents dans leur catégorie**, comme le cachemire ou la marinière,
- **Une offre transverse pour répondre aux attentes de toutes les générations** (femme, homme, enfant, bébé) et tous les usages (lingerie et accessoires)
- **Plus de 10 collaborations créateurs/an** pour démocratiser la mode et les tendances. Ainsi, à l'automne, les créateurs Zef, Masscob, Dutch Design et Dévastée sont invités chez Monoprix pour faire découvrir leur univers
- **Des collections accessibles en multicanalité** : l'offre mode est présente dans la quasi-totalité des magasins Monoprix quand le site e-commerce propose aujourd'hui plus de 5 000 références mode.



Une nouvelle campagne de communication 360 intergénérationnelle autour de « l'art de vivre en ville »

La nouvelle campagne citadine de Monoprix a été réalisée avec l'agence Rosapark. Shootée par Jacob Sutton, photographe de mode spécialiste des prises de vues en mouvement, cette campagne met en scène la « tribu » intergénérationnelle Monoprix, reflétant ainsi l'étendue de l'offre de mode de l'enseigne. Comme une ode aux fans de la vie en ville.

Le dispositif de communication 360° (magasin, affiche, print, web, réseaux sociaux et CRM) s'étendra du 14 au 25 octobre.

MONOPRIX

Outre l'affichage, cette campagne sera en effet visible sur toutes les vitrines de l'enseigne ainsi que sur des panneaux mode muraux en magasins. Elle sera également déclinée sur le site monoprix.fr avec la création d'une page dédiée où les looks phare de cette communication seront accessibles en vente directe via des fiches produits.

Enfin, cette campagne s'inscrira sur tous les réseaux sociaux où Monoprix est déjà très fortement présent : Facebook, Instagram via notamment un jeu concours, Twitter ainsi que Pinterest qui révélera les coulisses de la campagne.

Pour compléter ce dispositif, un shooting dans Paris sera organisé avec des bloggeuses.

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 plus 500 magasins et compte 21 000 collaborateurs. Son chiffre d'affaires en 2014 a atteint 4,2 Mds € TTC.

Contacts presse Monoprix :

Marion Denonfoux – 01 78 99 95 97 mdenonfoux@monoprix.fr

Marie-Camille Dehaut - 01 78 99 81 57 mdehaut@monoprix.fr

Elodie Sauvage - 01 78 99 90 72 esauvage@monoprix.fr

Contacts presse Agence :

Publicis Consultants - 01 44 82 47 34 monoprix.presse@consultants.publicis.fr