

MONOPRIX

Communiqué de presse

Réouverture du magasin Monoprix Saint-Michel à Paris Nouveau « Cœur du Quartier Latin »



Paris, le 11 juin 2024. Monoprix poursuit sa transformation et la modernisation de ses magasins en rouvrant aujourd'hui le magasin Monoprix Saint-Michel. Transformé dans son style après 4 mois de travaux, il rend hommage tout d'abord au quartier latin, le **centre névralgique du Paris intellectuel** du XIIe siècle. Sur 3 niveaux et d'une surface de 2030 m², Monoprix renouvelle également son offre en proposant un concentré de sa marque. Monoprix Saint-Michel est un nouveau **convivence store**, tout comme Monoprix Blanche l'est dans un format plus restreint. Il relie les besoins et toutes les envies des clients, en exprimant au **maximum le potentiel de la marque et du quartier : son offre de proximité, adaptée au quartier et à sa population.**

Le parcours client optimisé

L'enseigne y déploie une **offre adaptée à son environnement proche et un parcours sur mesure pour les clients du quartier.** Le magasin **renforce son assortiment local et une valorisation de ses partenaires proches du magasin.** Pour les fruits et légumes, Monoprix collabore avec la ferme de Gally pour les herbes émincées de légumes de marque blanche et une maraîchère de Montesson (78). Les partenaires locaux ont été multipliés, que ce soit pour les bières franciliennes de la marque La Goutte d'or ou de la Brasserie Rabourdin, pour une gamme de farines produites à Versailles, une gamme de pains prêts à cuisiner de la Boulangerie Korcaz située dans le Marais ainsi que du véritable Jambon de Paris à l'ancienne, préparé par Doumbéa, une entreprise artisanale et familiale spécialisée dans la fabrication traditionnelle du jambon à l'ancienne à la main et au couteau.

Le magasin propose par ailleurs une **offre touristique de souvenirs de Paris et de France**, y compris des produits alimentaires de marques renommées comme Maxims, Angelina ou la Mère Poulard et des produits apéritifs qui répondent aux besoins spécifiques des touristes présents dans le quartier.

Une nouvelle place de marché

Le rez-de-chaussée est dédié à l'alimentaire et à la restauration, centré autour d'une nouvelle place de marché. Pour les fruits et légumes, Monoprix a choisi une offre engagée, de qualité, de saison et locale. Une sélection est labellisée BEEFRIENDLY grâce au programme Monoprix Tous Cultiv'Acteurs, qui promeut un modèle agricole plus durable,

notamment plus respectueux des pollinisateurs. Au total, 47 fournisseurs sont engagés dans ce programme, soit 25 filières de fruits et légumes. Grâce à ce parti-pris, le magasin comptera une part importante de produits d'origine France et d'Europe. Pendant la pleine saison des fruits à noyaux et des fruits rouges, 60% des fruits et légumes seront d'origine France. Par ailleurs, les bouquets de fleurs et les mono bottes fleur du mois seront 100% d'origine France et 100% de saison.

Les métiers de l'artisanat mis à l'honneur

Le traiteur Kumo lance en exclusivité une gamme de plats du jour bistronomie : Yaay pour la cuisine africaine, Geeva pour la cuisine indienne. Une **boucherie traditionnelle** proposera du bœuf en partenariat avec la maison Voland. Spécialiste de la viande limousine d'exception qui respecte le bien-être animal. Le porc noir sera issu de la Maison Abotia, où les porcs naissent et sont élevés au pied des Pyrénées françaises, dans une exploitation familiale à taille humaine. La partie **charcuterie** proposera également des produits d'exception, avec un pastrami "Janet By Homer" et du jambon Prince de Paris, avec pour origine "rue de Charonne". La **poissonnerie** proposera un pop'up marée traditionnelle avec de nouvelles espèces méconnues valorisées chaque semaine. On y comptera une sélection engagée, avec des produits issus de filières responsables, sans OGM, farine animale ou traitement antibiotique en mer. Enfin, du poisson sauvage non congelé de pêche française certifiée Pavillon France ou de pêche durable sera disponible.

Enfin, **l'espace beauté** arrive avec son lot de nouveautés comme le bar à collagène, un service de conseils beauté fondé sur l'intelligence artificielle accessible *via* un simple scan de QR code en rayon, permettant à chacun de recevoir des recommandations personnalisées. Le magasin s'appuie sur les enseignements du nouveau concept Beauté lancé à Vaugirard, en partenariat avec L'Oréal et propose aux consommateurs de Saint-Michel les dernières innovations comme le bar à sérums, des masques, et des parfums.

Une proximité qui s'exprime à travers les services

Monoprix a souhaité repenser là encore chaque étape de l'expérience d'achat pour la rendre plus agréable.

L'espace caisses est un **espace hybride** combinant mini caisses avec tapis et caisses autonomes, dans le but de réduire le temps d'attente et de **désengorger les caisses** et contribuer à réhumaniser l'expérience en magasin

Monoprix étend à Saint-Michel son **concept de prêt d'objet « Je m'appelle Reviens »**. Plusieurs objets seront disponibles à la location, notamment des appareils culinaires comme les appareils à raclette, des outils de bricolage, ou encore des objets relatifs à la fête. Il est possible de réserver en amont pour vérifier la disponibilité de l'objet. Cette initiative répond à une exigence économique et écologique, signe de la volonté de promouvoir une consommation raisonnée et d'éviter un achat peu utile ou pour un usage occasionnel.

Les clients seront épaulés dans leur vie quotidienne grâce à **différents services** : un **copieur** Ricoh, qui propose des copies en couleurs ou noir et blanc, un **photomaton**, un développeur

de photos, des **lockers** Vinted Go et Amazon pour recevoir et expédier les colis très facilement, une **boîte à livres**, ainsi que des **Keycafé**, consignes spécialisées conçues pour déposer et récupérer des clés, seront à leur disposition.

Le divertissement pour améliorer la perception de l'attente

Dans les lieux d'attente, les clients pourront lire gratuitement sur leur téléphone des contenus variés tout au long de l'année - nouvelles, bandes dessinées ou poèmes. Ils seront disponibles dans un format audio ou dans des formats d'affichage adaptés aux troubles dys ou aux malvoyants. Ce concept de consultation inédit dans le retail sera disponible grâce au scan d'un QR code sur des affiches dédiées situées au niveau des files d'attente.

Des **contenus audio EKO** accessibles grâce à un QR code permettront d'avoir rapidement accès à des informations pour optimiser le parcours client. Les producteurs et collaborateurs de Monoprix donneront des renseignements sur certains produits, en racontant leur métier, avec pas moins de 9 audios sur les fruits et légumes et 2 audios sur la boucherie. Les audios renseigneront aussi sur les services proposés par Monoprix, permettant de découvrir avec pédagogie le fonctionnement de Bocoloco, de « Je m'appelle reviens » et du service coupe-file.

Des **solutions digitales innovantes** sont également inaugurées à l'occasion de cette réouverture. Les consommateurs pourront, par exemple, bénéficier de conseils pour le choix de leur bouteille de vin grâce à la communauté de plus de 60 millions d'utilisateurs de **Vivino**. Et chaque bouteille aura une note que les clients pourront consulter grâce à une étiquette électronique.

Guillaume Sénéclauze déclare : « *Toujours centré sur la modernisation de ses magasins, Monoprix se devait de redonner à Saint-Michel la place qui lui revenait. Entièrement repensé et au cœur d'un des plus beaux quartiers de Paris, au cœur du Quartier Latin, il est aujourd'hui un véritable lieu de vie pour les habitants du quartier. C'est un concentré de Monoprix : on y retrouve les singularités de l'enseigne afin de faire aimer la vie en ville. De l'alimentaire, de la beauté, du maquillage, du textile, du frais, de la maison, du loisir... afin de réconcilier les besoins et les envies des clients.*

<p style="text-align: center;">Monoprix Saint Michel 24 boulevard Saint Michel 75006 Paris Ouvert du lundi au samedi de 8h à 23h30 et le dimanche de 9h à 20h 2030m² 20 300 références 86 collaborateurs</p>
--

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, Monoprix rend le beau, le bon et le bien accessibles à tous depuis 90 ans. Ses 20 000 collaborateurs animent au quotidien 800 magasins, avec cinq formats d'enseigne – Monoprix, monop', monop'beauty, Monoprix Maison et Naturalia – et un site e-commerce, monoprix.fr. En 2022, Monoprix a réalisé 5 milliards d'euros d'activités. Plus d'informations sur entreprise.monoprix.fr

Contact presse :

Mail : pressecorporate@monoprix.fr

Tel. : 06.75.62.26.41