

MONOPRIX

Croisé Laroche

DOSSIER DE PRESSE

À MARCQ-EN-BARŒUL, MONOPRIX
DÉVOILE UN MAGASIN RÉINVENTÉ
ET EXPRIME À NOUVEAU SA VISION DU
« PLAISIR DE VIVRE À LA FRANÇAISE »



16 DÉCEMBRE 2021

- À Marcq-en-Barœul (Nord), le grand magasin situé dans le quartier de Croisé-Laroche fait peau neuve. Marquant une étape supplémentaire dans la stratégie de croissance de Monoprix, cette rénovation témoigne de sa capacité à inventer un commerce synonyme d'excellence, de relation et d'innovation.

- Fidèle à sa volonté de cultiver le plaisir de vivre à la française, Monoprix défend au sein de ce magasin un certain nombre de parti-pris : la mise à l'honneur des savoir-faire traditionnels, le choix d'une offre alimentaire gourmande et responsable ainsi que l'affirmation du rôle non marchand du magasin, en tant qu'espace créateur de lien social et d'émotion.

Depuis sa création il y a près de 90 ans, Monoprix ne cesse d'innover pour offrir à ses clients le meilleur du « tout sous le même toit ». La réinvention de ses magasins fait partie intégrante de la stratégie « 10/10 », visant à atteindre un volume d'affaires de 10 milliards d'euros en 2030, soit un doublement de son activité.

« Au travers de ce magasin, Monoprix illustre sa capacité à repenser sa manière de faire du commerce afin de concrétiser son ambition de croissance omnicanale. Dans la droite ligne du concept proposé à Montparnasse, nous avons imaginé le magasin dont nos clients rêvaient, conçu comme un lieu à la fois marchand et non marchand. En mettant à l'honneur le riche panel de producteurs, d'artisans et d'acteurs locaux, Monoprix démontre à nouveau son rôle de sélectionneur et son positionnement unique sur le segment de l'excellence accessible »

déclare Diane COLICHE, Directrice Générale Exécutive de Monoprix.

Bien plus qu'un magasin ordinaire, celui de Croisé-Laroche est un véritable lieu de vie qui participe à l'animation des communautés locales. Théâtre d'événements réguliers organisés par de jeunes entreprises et associations locales, ce magasin réaffirme la posture non marchande de l'enseigne et concentre le meilleur de ses savoir-faire :

- **La Place Publique**, espace de vie et de rencontre, fait de ce magasin un lieu ouvert sur la ville. Celui-ci accueille des acteurs de la vie locale et propose un véritable kiosque à musique permettant à chacun de jouer son air préféré au piano ou à la guitare.
- **Un desk multiservices** où les clients pourront bénéficier du service de prêt d'objets « Je m'appelle reviens », ainsi que d'un service de cordonnerie, de retouches de vêtements et de photocopie.
- **Un espace de restauration pratique et gourmand** (sur place ou à emporter), avec des solutions repas adaptées aux nouveaux usages des consommateurs.
- **Une large offre de vrac**, de produits issus de circuits-courts et de producteurs locaux ainsi que le meilleur des Métiers de bouche avec La Place des Envies.
- **La promotion d'une consommation plus responsable** avec l'installation de corners dédiés aux vêtements et à la décoration de seconde main ainsi que plusieurs offres de vrac.
- **Un espace dédié à la Santé au quotidien** pour promouvoir le plaisir de prendre soin de soi.
- **La Station mobilité**, un lieu dédié à la mobilité douce et au monde du cycle (vélo/trottinette).



LE LOCAL ET LE PLAISIR DE VIVRE À LA FRANÇAISE SOUS LE SIGNE DU GOÛT

« LA PLACE DES ENVIES » : UN MARCHÉ COUVERT AU SERVICE DU BON ET DU GOÛT

Au sein de **La Place des Envies**, les clients peuvent retrouver les acteurs gastronomiques locaux pour (re)découvrir leurs produits ou encore participer à des dégustations, des démonstrations et des animations données par des chefs tout au long de l'année.

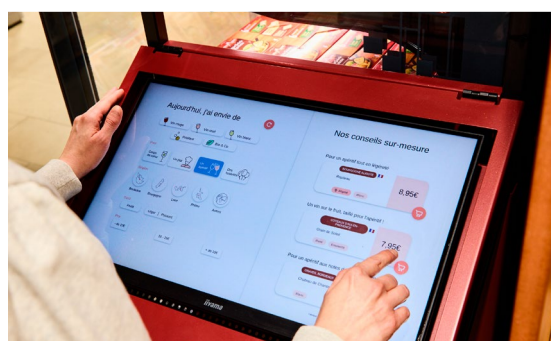
- La « fromagerie » en partenariat avec **Prolaidis**, fromager depuis 1960 implanté à Lesquin et qui est l'un des premiers partenaires du magasin ;
- Des produits frais et des recettes traditionnelles des **Hauts-de-France** : welshs, ficelle picarde, poissons fumés, gaufres Philippe de Bie mais aussi un très large choix de bières locales ;
- Une « glacerie » proposée par **Van Den Castele**, maison familiale fondée en 1973 dans le village flamand de Saint-Sylvestre-Cappel, reconnue pour avoir eu l'audace de créer des gâteaux glacés.



La Place des Envies propose également « le parcours des métiers » : un lieu immersif comme un marché, où les clients retrouvent l'authenticité et le plaisir de faire ses achats grâce à un parcours qui valorise les primeurs de la région. L'offre sélectionnée avec rigueur par Monoprix s'inscrit dans un objectif stratégique fort : mettre le local à l'honneur. Pour ce faire, l'ensemble des acteurs locaux, ont été impliqués pour sélectionner les meilleurs de la région des Hauts-de-France.

Enfin, les rayons traditionnels sont à l'honneur avec une boucherie proposant une viande Limousine Label Rouge, gage de qualité, mais aussi des filets américains préparés minute : une spécialité des Flandres !

Le banc marée est aussi exceptionnel grâce à un approvisionnement régulier de poissons et fruits de mer en direct de Boulogne-sur-Mer.



Autre innovation du magasin, un partenariat inédit avec Matcha qui permet de proposer aux clients un caviste digital qui les guide parmi les centaines de références vins et pétillants ! Il suffit de quelques secondes pour trouver la bonne bouteille pour une recette, un apéritif ou un dîner, à partir de ses goûts et de ses préférences. Pour cela, rien de plus simple : la borne tactile au cœur de la Cave apporte toutes les informations et conseils recherchés. Ce service est aussi disponible sur smartphone en flashant les QR codes installés dans le magasin.

DES ESPACES DE RESTAURATION ET DE DÉGUSTATION DANS L'ESPRIT DES « HALLES »

La Maison « Les Cafés Méo », enseigne lilloise historique fondée en 1928, propose à l'entrée du magasin des cafés torréfiés de très grande qualité permettant aux clients de profiter d'une pause gourmande.



Le patrimoine viticole est également mis à l'honneur avec « Les P'tits Potes », un bar à vin du XVII^e arrondissement. 50m² ont été aménagés pour que les clients puissent savourer un verre de vin, discuter avec les cavistes ou déguster l'un des sandwiches haut de gamme ou planches apéritives, tapas et plaisir du moment qui sont préparés à la demande. Une offre d'épicerie fine est également disponible regroupant des produits d'exception comme du saumon ou du foie gras, ou encore des fromages truffés.



LA CONSOMMATION RESPONSABLE, UN ENGAGEMENT DE LONGUE DATE DE MONOPRIX TRADUIT DANS DES CONCEPTS FORTS ET INNOVANTS

LA PREMIÈRE OFFRE DE VRAC PLAISIR PRÉSENTANT DES PRODUITS DE MARQUES NATIONALES

Depuis toujours, Monoprix est engagé en faveur d'une consommation éthique et responsable.

Il était évident de développer en partenariat avec l'ILEC (L'Institut de Liaisons des Entreprises de Consommation), une nouvelle offre de vrac avec de grandes marques pour favoriser la réduction des déchets et attirer de nouveaux clients moins habitués à ce mode de consommation.

Le Monoprix Croisé-Laroche est le premier magasin à accueillir une offre de vrac construite autour du bon et du responsable. Elle sera composée de 53 références de produits variés : confiserie Chupa Chups, Lutti, Kinder, Kréma, M&M's ; produits apéritifs avec Michel et Augustin, Bénénuts, Wonderfull ou encore Aoste ; féculents Barilla ou Monoprix Bio ; des aides à la pâtisserie avec Vahiné, Daddy ; café Méo ; ou encore bières locales. Les clients peuvent aussi faire le choix du vrac pour les produits d'entretien du linge et de la maison avec Unilever et Starwax. Autre nouveauté, les croquettes et litière en vrac Nullodor avec 9 références produits.

Ce corner dédié au vrac propose des emballages réutilisables entre 1 et 2€ comme des bocaux ou des sachets en coton afin d'accompagner les clients dans cette démarche : de l'achat au stockage de leurs denrées.



UNE OFFRE « SECONDE MAIN » EN AMEUBLEMENT, DÉCORATION ET MODE

Afin d'aller encore plus loin dans le consommer mieux ou plus responsable, Monoprix a souhaité déployer une zone entièrement dédiée à la seconde main qui sera proposée prochainement. Les clients pourront découvrir une offre décoration authentique Selency, unique et respectueuse de la planète sélectionnée par des professionnels pour permettre à chacun d'apporter une touche personnelle à leur intérieur. Au menu de cette collaboration exclusive : une sélection de pièces chinées, accessibles et loin des standards connus de la déco.

Déjà présent dans 5 magasins Monoprix à Paris et en région, Entremains aura une place dédiée dans l'espace seconde main du magasin de Croisé-Laroche. Ce corner proposera toute l'année une sélection pointue et responsable de vêtements vintage.

Le magasin devient un lieu d'inspiration, de partage et de transmission au travers de ces objets qui trouveront une seconde vie dans le quotidien de nos clients.

DES LIEUX DE VIE, DE SERVICES ET D'ÉMOTIONS AU CŒUR DU MAGASIN ET DES CONCEPTS INNOVANTS QUI ONT FAIT LEURS PREUVES

La deuxième Place Publique de France occupera une place centrale de cette nouvelle version du magasin de Croisée-Laroche, qui adopte les codes architecturaux typiques du Nord. Dédié à la vie du quartier, cet espace est un véritable lieu de convivialité au cœur du magasin. Comme son frère aîné parisien, cette Place Publique a vocation à devenir un lieu de rencontre entre les clients, les commerçants, les entrepreneurs et les associations locales.

Engagé dans le développement de nouvelles activités, le Groupe Monoprix s'affirme comme un acteur de référence de la santé positive avec le déploiement en région de « La Santé au quotidien ». Au cœur du magasin de Croisé-Laroche, cet espace propose bien plus qu'une sélection de produits et de services, avec un véritable lieu de conseil et d'expertise, afin d'accompagner chacune et chacun vers un mode et une hygiène de vie synonymes d'équilibre, de vitalité et d'épanouissement. Pour faciliter l'expérience client, le lieu est organisé autour des principales attentes clients : l'activité physique, le sommeil, l'apaisement, la relaxation, le diagnostic, la nutrition, la féminité, la beauté holistique, la sexualité, le bien vieillir, les enfants ou encore les animaux.



Monoprix Croisé-Laroche s'est également doté de la Station. Dédiée à la mobilité douce, la Station réunit plusieurs startups et acteurs référents du monde du cycle pour proposer une gamme de produits et de services pour ses clients urbains.

Monoprix déploie également « Je m'appelle reviens » : service de prêt d'objets gratuit, lancé en juin dernier au monop' rue de Marseille à Paris. Les clients peuvent ainsi emprunter gratuitement pendant 48h un appareil à raclette, une imprimante ou même une guitare électrique, pour répondre à leurs besoins ponctuels. Ce service s'intègre dans le hub serviciel du magasin, identifié par une décoration et une l'ambiance conviviale qui propose également un espace de photocopie ou encore de cordonnerie.

Enfin, pour une expérience mobilisant les cinq sens, Monoprix continue d'expérimenter ses premières cabines d'essayages polysensorielles : une cabine dotée d'une « douche sonore » qui diffuse des poèmes mais aussi des senteurs. Ces cabines innovantes sont également dotées d'un bouton d'appel afin de bénéficier des services d'un vendeur. Un service de retouches est aussi proposé.



MONOPRIX CROISÉ-LAROCHE

- Surface commerciale : 4 630 m²
- 65 % est alloué à l'alimentaire et 35 % au non alimentaire.
- Ouvert de 8h à 21h du lundi au samedi et de 9h à 13h le dimanche, stands ouverts aux mêmes horaires d'ouverture que le magasin.
- 140 collaborateurs.
- Le magasin propose une large palette de services dont la livraison à domicile gratuite dès 50 € d'achats, le Cliquez-Retirez sous 2 heures, la E-réservation mais aussi un Drive pour retirer ses achats directement à l'entrée du magasin !

À 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, ses 23 000 collaborateurs animent au quotidien 800 magasins, avec trois formats d'enseigne - Monoprix, monop' et Naturalia - et deux sites e-commerce, monoprix.fr et Sarenza, regroupés au sein de l'entité Monoprix Online. En 2020, Monoprix a réalisé 5 milliards d'euros d'activités.

Pour plus d'informations, entreprise.monoprix.fr

CONTACT PRESSE

pressecorporate@monoprix.fr
06 75 62 26 41