

# Monoprix s'initie au haut de gamme

Le 10 juin 2010 par Jean-Noël Caussil

Photo : ©Bernard Martinez



**Dans le chic VIIe arrondissement à Paris, habitué aux boutiques de luxe, Monoprix s'installe sur une surface réduite. Et y exploite un joli concept, avec la juste mesure d'offre premium pour rester une enseigne de courses quotidiennes.**

Monoprix s'installe rue du Bac, à Paris. Pour les non-initiés, rien de plus qu'un magasin parmi 285 autres. Mais, en réalité, c'est tout sauf anecdotique. La situation, d'abord. Comment décrire le très huppé VIIe arrondissement de Paris aux non-Franciliens ? Dire que c'est le nouveau bastion de Rachida Dati, maire depuis 2009, donne une première idée. Ajouter qu'à deux pas se trouve la Grande Épicerie, temple du « boboland », en donne une autre. Conclure en pointant que, quelques numéros plus loin, dans la même rue, se trouve la Chapelle Notre-Dame-de-la-Médaille-Miraculeuse, où la Vierge serait apparue en 1830, renforce l'image d'un quartier pour le moins particulier. Donc d'une implantation qui l'est tout autant pour Monoprix. Car, pour boucler la boucle, l'enseigne de centre-ville s'installe dans l'ancien hôtel des Douanes, classé monument historique !

## Près de 12 000 m2 de bureaux

Dans ces conditions, pas facile de rendre fonctionnel et, surtout, commerçant, un lieu que rien ne destine à cela. Néanmoins, le pari est tenu, en dépit des dimensions atypiques : 785 m2, sur deux niveaux quand un Monoprix « normal » s'étend sur environ 1 800 m2. Clairement, Monoprix s'achète - loue serait plus exact, l'enseigne n'étant pas propriétaire des murs - un écrin pour étaler aux yeux de tous son savoir-faire. Mais un écrin susceptible de faire du chiffre, aussi, si l'on veut placer le curseur au point de vue économique. « Au-dessus, près de 12 000 m2 de bureaux sont en construction », indique Christian Le Moulec, directeur du magasin, 46 ans, dont 25 de Monoprix. Sans compter que le quartier, jusqu'à présent, comptait plutôt des boutiques de luxe que d'alimentaire. Jolies à regarder, certes, mais pas follement pratiques pour déjeuner.

Afin de s'adresser à cette clientèle de bureau, Monoprix dédie donc la quasi-totalité du rez-de-chaussée à une offre snacking, avec une large gamme Dailymonop'. Dans le même esprit, et comme cela se fait désormais, les deux entrées du magasin donnent sur un rayon fruits et légumes bien fourni et très bien mis en valeur. Pas moins de huit îlots séparés pour dispatcher l'offre, dans un subtil jeu de couleurs, agréable à l'oeil, avec un système de brumisation. Pour ce qui est de la simplicité d'implantation et d'organisation pour les employés, c'est sans doute une autre histoire, mais la théâtralisation est à ce prix.

## Produits premium

Un autre point fort est la cave, installée au pied de l'escalier qui conduit à l'étage. Petite surprise : on pourrait s'attendre à trouver de grands crus, à l'instar de ce que Carrefour fait à Paris Auteuil, dans une situation assez similaire. Mais non, « une grande partie de vins est à 5 ou 6 € environ, et le plus cher à 105 € », indique le directeur. C'est d'ailleurs l'un des principaux partis pris du magasin : pas d'espace articles dits de luxe. Seulement, insérés dans les rayons classiques, quelques produits « positionnants », comme les appelle Christian Le Moulec. Certes généralement bien en vue, mais pas tape-à-l'oeil. À l'inverse, encore une fois, si l'on veut trouver matière à comparaison, de Carrefour Auteuil, qui laisse libre cours à un espace Fauchon par exemple. Fauchon, pour s'en tenir à ce nom, est présent ici aussi, mais il faut le chercher. Ce

magasin a beau être particulier par son implantation, il n'en reste pas moins un Monoprix. C'est-à-dire voué aux courses de tous les jours.

## **Les plus**

- Un cadre architectural bien exploité : un monument classé, un espace commercial fonctionnel.
- Des implantations de rayons visuellement réussies, notamment le frais et la cave.
- Des caisses dispersées en trois îlots, gage de plus de réactivité et de rapidité.
- Un espace snacking immédiatement accessible.

## **Les moins**

- Pas de surprise dans l'assortiment, alors que ce magasin, dans un tel quartier chic, se serait prêté sans doute à plus d'audace.
- Un espace bazar et dépannage non alimentaire réduit.

## **Les chiffres**

785 m<sup>2</sup> de surface de vente, sur deux étages de taille sensiblement égale.

14 000 références, dont 15 à 20 % de MDD.

11 caisses sur trois îlots différents.

45 salariés.