

# beauty monop



le premier  
cosmétiques-store  
unique en son genre

merveilleusement futile  
absolument utile

à découvrir très vite !



28, rue des Abbesses , 75018 Paris

MONOPRIX

# Un tout nouveau concept... absolument pétillant



**beauty monop** c'est le premier magasin entièrement dédié à la beauté, à l'hygiène et aux gestes quotidiens de la toilette. Il met à disposition de tous et de toutes des marques généralistes, des marques alternatives et des marques de créateurs.

S'appuyant sur ses savoir-faire, MONOPRIX propose un nouveau circuit de distribution pour la beauté et la toilette en centre ville qui répond à la demande multi-circuits des clients d'aujourd'hui.

**beauty monop**, c'est pour les citadins d'aujourd'hui, un espace original avec une identité visuelle bien à lui, gaie et colorée. 100% plaisir, il donne des envies de beauté pour faire pétiller le quotidien. C'est une invitation à découvrir l'actualité cosmétique et à craquer pour les dernières nouveautés, un lieu où les tendances de la beauté sont accessibles à tous.

# Un agencement très accueillant

## Où ?

28 rue des  
Abbeses  
75018 Paris

Le choix  
du lieu est  
bien pensé. Le  
**beauty monop**

est un **magasin de proximité** développé dans un quartier à population résidente élevée et apprécié par les touristes. Les abbeses était le quartier idéal pour ce magasin pilote.

**beauty monop**, c'est un espace de **140 m<sup>2</sup>**, doux, simple, moderne et accueillant, où entrer sans réfléchir, attiré par une offre sans cesse renouvelée.

On s'y sent un peu comme chez soi car du parquet au plafond, tout est **convivial**. Chaque secteur a sa personnalité avec des écrans pour animer les espaces nouveautés et un **code couleur spécifique** pour faciliter le repérage de chaque espace. Le mobilier se fait léger, aérien, sans socle bas afin de redonner à la beauté la légèreté qui lui sied.



# Une offre très étudiée

Hommes & femmes viennent y faire leurs emplettes beauté, soins quotidiens ou produits plaisir, dans un cadre coloré, gai, léger, avec un choix de marques absolument unique.

Au **beauty monop** sont rassemblées pour la première fois les meilleures marques de la GMS et des marques alternatives très pointues généralement distribuées dans d'autres circuits tels que les pharmacies, les magasins bio ou la VPC.

## les capillaires

sont valorisés avec des marques comme John Frieda, Jean-Marc Maniatis, Phytosolba

## l'hygiène

échappe à l'alignement monotone avec, entre autres, M de MONOPRIX

## les hommes

sont gâtés avec un espace réservé, pratique, et des marques rien que pour eux (Sens, Parisa, Men Expert, Men Ü, Baxter of California)



## les soins

de la peau sont aussi bien signés Nuxe que Cosmence, Weleda, Professeur C. Poelman, Sanoflore ou Korrés

## le coin news

attire l'attention sur des nouveautés à s'offrir tout de suite

## les accessoires

trousses et outils, tels que Miss Manucure ou Pronails sont en première ligne

## le maquillage

Miss Helen, Bourjois, Rimmel, L'Oréal Paris, Gemey Maybelline, Debby, Mavala, Bloom côtoient Agnès b. une des marques du CCB ou Nacara, une marque ethnique



# en résumé

## MONOPRIX lance beauty monop, son premier « cosmétiques-store » dédié aux envies de beauté et d'hygiène pour l'homme et la femme

Avec ce nouveau concept, MONOPRIX renforce sa position de commerce de centre-ville et répond aux attentes d'une clientèle urbaine de plus en plus exigeante. **beauty monop** est un espace unique qui propose une large gamme de produits pour la beauté et pour l'hygiène, à des prix très accessibles.

Ce magasin est l'aboutissement d'un mix inventivité /positionnement, représentatif du savoir-faire de MONOPRIX et sera déployé si l'expérience est positive.

### beauty monop, une offre multi-circuits dans le style MONOPRIX

Avec l'ouverture de ce magasin pilote dédié à l'hygiène et à la beauté, MONOPRIX illustre une fois de plus sa signature : « MONOPRIX, on fait quoi pour vous aujourd'hui ? » en répondant aux attentes exprimées par ses clients et réaffirme son style et son savoir-faire dans une offre de choix et de qualité.

La croissance de l'activité Parfumerie\* ainsi que le développement de corners « parfumerie » au sein même des magasins de l'enseigne, depuis 2002, ont permis l'émergence du **beauty monop**. En s'installant sur le segment de la beauté encore peu exploité accessible, simple et « démocratique », MONOPRIX définit un nouveau « cosmétiques-store » multi-circuits de proximité.

Ce positionnement novateur a su séduire de nombreuses marques. Ainsi, **beauty monop** propose des marques généralistes (l'Oréal, Bourjois ou Nivea), des marques alternatives (Nacara, Nuxe, Korrés, Sanoflore, Bloom, Men ü, Sens...) et en exclusivité Agnès B, la marque du Club des Créateurs de Beauté.

### beauty monop, le plaisir au quotidien

Dans un marché sans cesse en mutation, où le consommateur fait preuve de nomadisme et d'exigence, MONOPRIX apporte avec **beauty monop** une réponse claire et différenciante sur un secteur très concurrentiel. Via un circuit de distribution innovant qui valorise la dimension « achat plaisir », l'enseigne met en scène son savoir-faire en invitant ses clients à vivre autrement leur rapport quotidien à l'hygiène et à la beauté.

« MONOPRIX est une marque forte identifiée sur la proximité et sur sa capacité à innover et à évoluer avec ses clients. **beauty monop** en est encore une nouvelle illustration » déclare Bernardo Sanchez Incera.

\*L'activité parfumerie représente 13,8 % du chiffre d'affaires global fin septembre 2005 et une amélioration supérieure de 3,5 points par rapport au marché de la GMS.

# beauty monop

visuels



## beauty monop en quelques chiffres

Superficie du magasin : 140 m<sup>2</sup>  
Nombre de références : 3500  
Salariés : 5  
Ouverture : 9 décembre 2005

## Coordonnées du magasin et horaires d'ouverture :

### beauty monop

Directeur : Mme Marie Caroline Roussé  
28 rue des Abesses  
75018 Paris  
Ouvert du lundi au samedi  
de 10h à 20h  
Ouvertures exceptionnelles  
les dimanches 11 et 18 décembre  
de 10h à 19h

## Concept : une volonté d'étonner et de séduire

7 zones :

- la nouveauté théâtralisée
- le maquillage
- le soin
- l'homme
- le capillaire
- la toilette
- l'accessoire

Un design simple, chaleureux,  
moderne, qui privilégie l'intimité.  
Une large capacité d'expression  
donnée aux marques.

Contact presse Via Nova  
Laurence Bois et Virginie Ruyer  
au 01 53 32 28 00  
ruyer@groupe-vianova.com

Décembre 2005  
Contact presse Euro RSCG C&O  
David Molins au 01 58 47 81 35  
david.molins@eurorscg.fr

beauty  
monop

28 rue  
des Abbesses  
à Paris...

