

## JCDecaux poursuit la digitalisation des vitrines des Monoprix avec 150 nouveaux écrans dans les grandes métropoles françaises



*Lyon*



*Montpellier*

**Enseigne phare de la distribution de proximité en France, Monoprix a choisi, en 2018, JCDecaux pour déployer 100 premières vitrines digitales Monoprix et monop' à Paris et en Ile-de-France. Ce sont désormais plus de 110 villes qui bénéficient de cette offre digitale inédite avec 150 vitrines supplémentaires en France, soit un total de 250.**

Ce nouveau déploiement s'inscrit dans la continuité d'un partenariat entre deux entreprises qui partagent des raisons d'être communes au cœur de la ville : proximité, services et innovation, au bénéfice de la qualité de vie.

En 2018, JCDecaux a installé ses premiers écrans digitaux dans des points de vente Monoprix et monop' à Paris et en Ile-de-France. Idéalement implantés sur le parcours des urbains, ils touchent plus de 800 000 clients par jour et comptabilisent en moyenne près de 3 millions de passages en caisse chaque semaine. Moins d'un an plus tard, ce sont 250 écrans qui sont déployés dans plus de 110 villes, dont les grandes métropoles françaises telles que Paris, Marseille, Lyon, Toulouse, Nice, Montpellier, Nantes ou Bordeaux. D'un format de 85'' ultra HD, ces écrans visibles depuis la rue et au plus près de l'entrée principale des magasins s'intègrent parfaitement dans la vitrine, grâce à leur haute qualité d'image et de conception.

Dans le cadre de ce partenariat étendu, Monoprix partage ses données transactionnelles en conformité avec le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), ce qui permet à JCDecaux de concevoir des campagnes optimisées par un data-planning unique dans l'univers du DOOH en France. La construction de ces campagnes s'appuie sur la suite technologique JCDecaux SmartBRICS et

Smart CONTENT avec un potentiel créatif illimité pour des campagnes contextualisées et personnalisées, dont 40% sont dédiées à la communication de Monoprix et 60% à d'autres annonceurs.

Ce dispositif est apprécié, non seulement des annonceurs, pour sa qualité et sa capacité à diffuser le bon message, au bon moment auprès de la bonne audience, mais aussi du public pour sa modernité, sa dimension informative et créative. Les marques peuvent ainsi développer leur image et leur notoriété grâce à une communication digitale qualitative et contextualisée, au plus près de l'acte d'achat. Les vitrines Monoprix et monop' sont également l'occasion d'innover pour renforcer l'interactivité avec les clients et passants et créer des moments ludiques et de partage. La diffusion de la première campagne interactive et sociale pour le lancement de la nouvelle collection « capsule » de l'enseigne en avril dernier, a, par exemple, permis de renforcer l'expérience client dès la rue en faisant apparaître un visuel petit à petit sur les écrans en fonction du nombre de tweets postés avec le hashtag dédié à l'opération #JoueACaseCase.

**Isabelle Schlumberger, Directeur Général Commerce, Marketing et Développement de JCDecaux, a déclaré :** *« Nous sommes fiers de ce partenariat étendu avec Monoprix, capitalisant ainsi sur le succès de notre offre initiée en 2018. La richesse des données partagées par cette enseigne emblématique de la distribution de proximité et la puissance de notre plateforme d'audience planning projettent cette offre désormais nationale dans l'ère du data-planning. 167 annonceurs ont déjà eu l'opportunité unique de toucher leurs audiences avec des campagnes contextualisées, qui s'adaptent en temps réel, en fonction de l'heure de la journée, de la météo et des habitudes de consommation des clients. Nous nous réjouissons d'étendre ce partenariat avec 250 écrans et une offre d'envergure dans les grandes métropoles françaises. »*

#### **A propos de JCDecaux France**

Présent en France dans plus de 150 agglomérations, 26 aéroports et dans l'univers du Retail premium, JCDecaux est le média de la ville, totalement intégré dans le quotidien des citoyens et des consommateurs.

Média d'une mobilité croissante, JCDecaux offre aux marques une présence à toutes les échelles : internationale, nationale, régionale et hyper-locale.

Avec le développement de la digitalisation, JCDecaux enrichit ses solutions en matière de personnalisation et de contextualisation des campagnes.

Pour plus d'information : [jcdecaux.fr](http://jcdecaux.fr).

Retrouvez-nous sur [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) et [YouTube](#).

#### **A propos de Monoprix**

Monoprix est leader du commerce de centre-ville avec une présence dans plus de 250 villes en France à travers 3 formats d'enseigne (Monoprix, monop' et Naturalia). Monoprix opère environ 800 magasins, compte 21 000 collaborateurs et a réalisé, en 2017, 5 milliards d'euros d'activités. Pionnier de la livraison à domicile développée par l'enseigne dès 1990, Monoprix réalise aujourd'hui plus de 3 millions de livraisons par an, dans plus de 150 villes en France. Après avoir créé le click and collect il y a plus de 3 ans, la marque innove pour toujours plus de service clients avec 'shop and go' (lâché de caddie en magasin puis livraison et paiement à domicile), 'shop 1h' (livraison à pied en moins d'1 heure), 'shop and give' (don alimentaire et recyclage d'ampoules et piles à domicile), 'monop'easy' (paiement sur smartphone sans passage en caisse), liste de courses intelligente. Le plaisir des courses sans la contrainte.

Pour plus d'informations : [entreprise.monoprix.fr](http://entreprise.monoprix.fr).

---

**Contact presse :** Estelle Ardouin - 01 30 79 34 48 - [estelle.ardouin@jcdecaux.com](mailto:estelle.ardouin@jcdecaux.com)