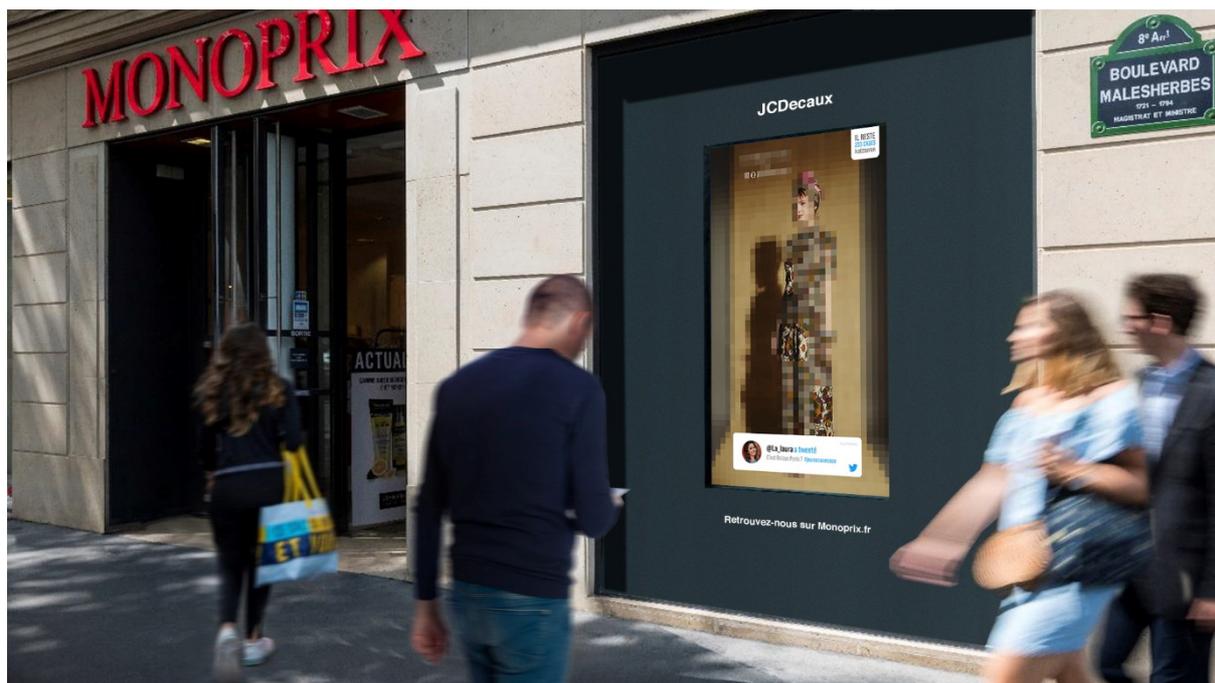


## Monoprix et JCDecaux continuent d'innover avec la première campagne interactive et sociale en vitrine



**Après avoir déployé 100 écrans dans les vitrines des Monoprix et monop' de Paris et d'Ile-de-France au 2<sup>ème</sup> semestre 2018, Monoprix et JCDecaux continuent d'innover en diffusant une campagne interactive et sociale pour le lancement de la nouvelle collection « capsule » de l'enseigne.**

Avec la volonté de toujours proposer de nouvelles expériences à ses clients urbains ainsi qu'aux passants, Monoprix crée la surprise avec une campagne interactive, élaborée en collaboration avec l'agence **Rosapark**, qui s'appuie sur la solution d'**Elise Technologies**. Du 8 au 14 avril 2019, sur les 44 écrans en vitrine des magasins présentant la collection, les clients et passants sont invités à découvrir le nom du créateur de la prochaine collection « capsule » de Monoprix. Un visuel apparaît petit à petit sur les écrans en fonction du nombre de tweets postés avec le hashtag dédié à l'opération **#JoueACaseCase**. Les lauréats gagneront deux places pour la soirée de présentation de la nouvelle collection, le 18 avril, au Monoprix des Champs-Élysées, à Paris.

Cette première campagne interactive et sociale s'appuie sur la technologie Social Media Out-Of-Home développée par Elise Technologies. Elle permet à Monoprix d'agréger, modérer et afficher en temps réel les meilleures contributions postées avec le hashtag de l'opération sur les écrans 85" full HD déployés par JCDecaux dans les vitrines de l'enseigne.

**Adrien Figula, Directeur du Digital Out-of-Home au sein de la Direction Commerce, Marketing, Développement de JCDecaux,** a déclaré : « *La digitalisation des vitrines Monoprix, initiée à l'été 2018, permet de proposer 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. La diffusion d'une campagne interactive et sociale permet de renforcer l'expérience client dès la rue et de créer non seulement un moment ludique et de partage mais aussi un niveau d'engagement supplémentaire avec Monoprix.* »

**Florence Chaffiotte, Directrice Marketing et Innovation de Monoprix :** « *Monoprix, plus qu'une enseigne est une marque. Une marque en proximité avec sa clientèle urbaine qui a pour ambition de créer chaque jour l'étonnement pour apporter un petite bulle de plaisir. Avec cette nouvelle technologie, nous développons une nouvelle forme de conversation avec nos clients, une conversation légère et tendance, dans l'ère du temps, comme Monoprix !* »

**Quentin Lechemia, CEO de Elise Technologies,** a ajouté : « *Chez Elise, nous croyons à une communication plus interactive, plus connectée, qui replace le consommateur au centre. Nous avons rapidement perçu des axes de collaboration forts avec Monoprix pour valoriser à travers les vitrines digitalisées l'incroyable mobilisation et fidélité que la marque génère en ligne.* »

**Quentin Labat, Directeur Associé de Rosapark :** « *Elise Technologies est un levier supplémentaire pour stimuler l'expérience client Monoprix par la créativité, le tout sur un point de contact très stratégique au sein du parcours.* »

#### **À 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 2018, 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), 'shop1h' (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)

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

Présent en France dans plus de 150 agglomérations, 27 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 : [www.jcdecaux.fr](http://www.jcdecaux.fr) Retrouvez-nous sur [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) et [YouTube](#)

#### **À propos de Elise Technologies**

ELISE Technologies développe une solution pionnière pour générer et intégrer la résonance digitale des marques sur tout type d'écran.

Fondée en 2014 par Quentin Lechemia, la société compte aujourd'hui plus de 200 clients - dont Orange, Renault, Safran, Adidas, AccorHotels - et a su s'imposer dans de multiples univers de la communication extérieure : retail, corporate, événementiel.

En 2018, la startup ouvre sa solution à l’affichage extérieur. Appuyée par à une levée de fonds de 1,3M€, ELISE investit sur une nouvelle ère, celle du Social Media Out-Of-Home.

Aujourd’hui, ELISE Technologies est le seul acteur du Digital Out-Of-Home qui apporte un véritable outil clé en main aux annonceurs pour maximiser les interactions et la performance des campagnes extérieures grâce à la diffusion de contenus utilisateurs (*User/Consumer Generated Content*).

L’outil permet en outre de construire et valider des objectifs de branding, par la quantification de l’engagement, mais aussi de performance, par le tracking de conversion.

ELISE profite de la croissance exponentielle du DOOH pour ouvrir un nouveau paradigme où la publicité extérieure apporte les mêmes bénéfices que la publicité digitale.

Site : <https://elise.tech>

### À propos de Rosapark

Fondée en 2012 par Jean-Patrick Chiquiar, Gilles Fichteberg et Jean-François Sacco, Rosapark est un nouveau modèle d’agence ambitieux, qui offre puissance et séniorité au sein d’une structure courte, décloisonnée et ultra agile. Rosapark est une agence qui sait construire des marques fortes et dynamiques dans un monde toujours en mouvement. Et la meilleure preuve de ce savoir-faire, ce sont les campagnes que l’agence développe chaque jour pour ses clients : Monoprix, ŠKODA, ING, TGV INOUI, Cdiscount, OuiGo, Europcar International, Bonduelle...

### Contacts Presse :

**Monoprix** : Marion Denonfoux – 01 78 99 95 97 – [mdenonfoux@monoprix.fr](mailto:mdenonfoux@monoprix.fr)

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

**Elise Technologies** : Quentin Lechemia – 01 53 62 92 79 – [quentin.lechemia@elise.tech](mailto:quentin.lechemia@elise.tech)

**Rosapark** : Mélanie Colléou – 06 50 62 92 97 – [Melanie.colleou@rosapark.fr](mailto:Melanie.colleou@rosapark.fr)

The image shows three vertical promotional banners for a contest. The first banner on the left has a yellow and pink color scheme and reads: 'LA COLLAB' (yellow), 'QUI JOUE À' (pink), 'CASE' (yellow), 'CASE' (pink). The middle banner is white with orange and pink text: 'DEVINEZ NOTRE NOUVELLE COLLABORATION\*' (orange), a Twitter icon and 'TWEETEZ AVEC #JOUACASECASE' (blue), and '\* AVANT LE 15 AVRIL' (small orange text at the bottom). The third banner is white with orange and pink text: 'POUR TENTER DE GAGNER 2 INVITATIONS POUR LA SOIRÉE D'INAUGURATION\*' (orange), 'LE 18 AVRIL AU MONOPRIX DES CHAMPS ELYSÉES PARIS' (orange), and '\* TIRAGE AU SORT. RÉSULTAT LE 15/04. RÈGLEMENT SUR TWITTER.COM/MONOPRIX' (small orange text at the bottom).