

# MONOPRIX

**POUR UNE CONSOMMATION**

**RESPONSABLE**

**AU QUOTIDIEN**

DOSSIER DE PRESSE  
AVRIL 2014



MONOPRIX Vivement aujourd'hui.

- 1 ÉDITO DE KARINE VIEL
- 2 L'OFFRE RESPONSABLE EN QUELQUES DATES
- 3 L'OFFRE RESPONSABLE CHEZ MONOPRIX
  - 4 L'offre responsable labellisée
  - 6 L'offre responsable issue de partenariats
  - 7 L'offre respectueuse du bien-être animal
- 8 ENCOURAGER LA CONSOMMATION RESPONSABLE



par **KARINE VIEL**  
*Responsable du développement durable  
chez Monoprix*

**C**hez Monoprix, le développement durable fait partie intégrante de notre identité et nous amène chaque jour à nous poser de nouvelles questions quant à notre rôle de commerçant de centre-ville. En 20 ans, notre démarche s'est structurée, mais toujours au regard des valeurs qui nous animent : l'audace, l'optimisme et la proximité.

Perçu comme l'opportunité d'innover et de nous différencier, notre engagement en faveur du développement durable nous a conduits à ouvrir la voie vers une offre toujours plus responsable. Nous étions ainsi les premiers à introduire dans le circuit généraliste des produits issus de l'agriculture biologique ou du commerce équitable. Mais si l'offre de Monoprix a tant évolué, c'est aussi en réponse aux attentes des consommateurs, de plus en plus sensibles à la provenance, au mode de production, à la composition des produits.

En 2014, Monoprix renouvelle son engagement en faveur d'une consommation responsable et rappelle sa volonté de l'aborder avec ses clients :

**Sans culpabilisation** : Monoprix promeut un développement durable à l'image de sa marque, c'est-à-dire enthousiaste, audacieux et en connivence avec ses clients.

**Sans militantisme** : Monoprix héberge tous les produits sous le même toit, qu'ils soient responsables ou pas. Nous avons également pris le parti de ne pas les séparer de leurs familles de produits. Il s'agit avant tout de laisser au client le choix de sa consommation.

**Dans l'innovation** : Le Groupe capitalise sur son caractère inventif pour rendre le développement durable désirable. Ainsi, Monoprix mise sur l'innovation pour proposer une offre responsable, qui soit aussi qualitative qu'accessible et soutient des jeunes entreprises particulièrement exigeantes sur ce thème.

**Dans la pédagogie** : Monoprix souhaite accompagner ses clients dans la compréhension des enjeux d'une consommation responsable.

C'est dans cet esprit que Monoprix conçoit son engagement en faveur d'une consommation responsable, et souhaite contribuer à une meilleure qualité de vie pour tous.

# L'OFFRE RESPONSABLE CHEZ MONOPRIX EN QUELQUES DATES

Depuis plus de 20 ans, Monoprix n'a eu de cesse d'innover et de s'engager au profit de ses clients pour une consommation plus responsable.



**1990**

Monoprix est la première enseigne généraliste à proposer des produits issus de l'agriculture biologique. Dans cet élan, elle crée la marque « Monoprix vert », produits d'entretien à marque propre éco-conçus.



**1994**

L'enseigne lance sa gamme Monoprix Bio en produits frais.



**1998**

Monoprix est le premier distributeur français non spécialisé à proposer dans ses rayons un café labellisé commerce équitable – Max Havelaar.



**2003**

Monoprix lance sa première collection de textile en coton biologique et de démarche équitable labellisée bioRe®.



**2006**

Monoprix s'engage auprès de Creative Handicrafts, une coopérative indienne venant en aide aux femmes des bidonvilles de Bombay.



**2008**

La gamme de soins Monoprix Bio est lancée.



**2011**

Monoprix choisit de ne plus commercialiser les principales espèces de poissons de grands fonds extrêmement vulnérables.



**2013**

Monoprix décide de proposer exclusivement des œufs issus de poules en plein air pour sa marque propre.



**2014**

Le lait à marque Monoprix est désormais issu de fermes 100 % françaises sélectionnées par l'enseigne.

# L'OFFRE RESPONSABLE CHEZ MONOPRIX

En matière d'offre responsable, la démarche de Monoprix embrasse tous ses univers : l'alimentaire, l'hygiène, le textile ou encore les produits d'entretien. Avec constance, l'entreprise enrichit ses gammes pour proposer à ses clients un choix étendu, original et attrayant de produits plus respectueux l'environnement et de l'équité sociale.

# L'OFFRE RESPONSABLE LABELLIÉE

## 125

nouvelles références alimentaires certifiées bio ont intégré les rayons de Monoprix en 2013, soit plus de 10 % du nombre de références alimentaires bio pour les marques nationales.

## L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

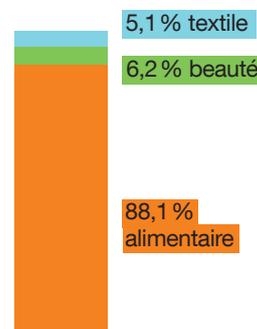
Première enseigne généraliste à proposer des produits issus de l'agriculture biologique, Monoprix a démocratisé le bio en le rendant accessible à tous. À ce jour, 1 875 produits sont issus de l'agriculture bio dans les rayons de Monoprix.

Avec sa marque Monoprix Bio, Monoprix garantit une alternative bio dans tous les rayons alimentaires et couvre également l'offre beauté, ce qui représente en tout plus de 400 références en 2013.

Monoprix accueille également des marques nationales certifiées agriculture biologique.

## 12,4 %

de progression du chiffre alimentaire des produits bio et bio équitables à marque propre entre 2012 et 2013.



Répartition du chiffre d'affaires des produits issus de l'agriculture biologique en 2013 toutes marques

## LE COMMERCE ÉQUITABLE

Première enseigne à proposer dans ses rayons du café sous le label Fairtrade/Max Havelaar, Monoprix enrichit depuis plus de 15 ans sa gamme de produits issus du commerce équitable. L'enseigne a volontairement concentré son offre issue du commerce équitable sur des produits peu transformés (café, thé, chocolat, céréales, banane, etc.), garantissant ainsi une plus grande transparence.

Entre 2012 et 2013,  
**10,2 %**  
de progression du chiffre d'affaires des produits issus du commerce équitable.



En 2013,  
**24**  
références alimentaires étaient issues du commerce équitable sous les marques **Monoprix, Monoprix Bio et Monoprix Gourmet**, soit 84 références avec les marques nationales.

## LE PARTENARIAT AVEC CREATIVE HANDICRAFTS

Depuis 2006, Monoprix est partenaire de Creative Handicrafts, une coopérative indienne qui vient en aide aux femmes des bidonvilles de Bombay et les forme aux techniques et à la fabrication de produits textiles.

Monoprix s'est engagé à faire produire au minimum 50 000 pièces par an à Creative Handicrafts et à apporter un savoir-faire afin de renforcer leur champ de compétences (broderie, incrustations en dentelle, toile enduite...)

En 2014, c'est le créateur Maison Georgette qui s'associe à Creative Handicrafts. Et pour la première fois, la collection mode est entièrement labellisée commerce équitable.



Depuis plus de  
**10 ans**  
Monoprix propose  
une ligne permanente  
de textile en coton  
biologique et équitable.



## LE PARTENARIAT AVEC REMEÏ

En 2002, Monoprix a mis en place un partenariat avec Remeï AG, fournisseur suisse qui cultive du coton biologique et de démarche équitable en Inde et en Tanzanie. Le fil de coton produit par Remeï pour Monoprix porte le label bioRe® qui garantit un coton issu de l'agriculture biologique et des conditions de production équitables.

## MONOPRIX VERT

Véritable alternative écologique, Monoprix Vert propose toute une gamme de produits respectueux de l'environnement à la fois, dans les rayons de l'entretien, du bricolage, de la papeterie, du ménage, de l'hygiène et du linge de maison.

En 2012, la gamme Monoprix Vert a été entièrement certifiée par les labels Ecolabel, Ecocert ou NF Environnements, qui garantissent l'origine naturelle et renouvelable des ingrédients ou encore les procédés de transformation des matières premières et de fabrication.



**27**

références  
Monoprix Vert  
en 2013.



# L'OFFRE RESPONSABLE ISSUE DE PARTENARIATS



**Le macaron**  
« Le local a du bon »  
garantit que  
la distance entre  
le lieu de production  
et le magasin  
n'excède pas  
160 kilomètres.



## LE LOCAL

Monoprix souhaite privilégier la proximité et propose, en partenariat avec des PME, une offre de produits locaux, signalés par le macaron « Le local a du bon ».

Depuis plus de 10 ans, les clients Monoprix du sud-est de la France trouvent des fruits et légumes de producteurs locaux. En Île-de-France, Monoprix a élargi son offre locale avec des œufs de plein air, en partenariat avec le fournisseur Cocorette. Le nom de l'exploitant, ainsi que son adresse, sont également précisés sur la boîte. Aujourd'hui, le macaron est également apposé sur des yaourts et de la faisselle.

## LES PARTENARIATS AGRICOLES

Le macaron « Partenariats Agricoles Monoprix » illustre les relations privilégiées que Monoprix entretient avec ses fournisseurs de fruits et légumes. Ces partenariats visent à développer une offre de produits frais selon trois axes essentiels : le respect de l'environnement, la recherche de la qualité gustative des produits et la maîtrise de la sécurité alimentaire. L'exploitation doit ainsi intégrer ces trois dimensions à son mode de production, et en apporter la preuve officielle à travers l'obtention d'une certification reconnue. De son côté, Monoprix s'engage à travailler avec eux sur le long terme, par le biais de commandes régulières, d'une valorisation des produits par la qualité et d'opérations promotionnelles en pleine saison.

En 2013,  
**27**  
références  
partenariats  
agricoles dans  
les rayons.



En 2014,

**38**

références Monoprix labellisés  
Bleu-Blanc-Cœur  
(volaille, lapin, jambon, pain)



## LE PARTENARIAT AVEC BLEU-BLANC-CŒUR

Depuis plus de 10 ans, Monoprix est engagé avec l'association Bleu-Blanc-Cœur et ses producteurs. Le logo Bleu-Blanc-Cœur garantit une démarche d'amélioration de la qualité nutritionnelle des aliments via une alimentation plus saine des animaux.

## LA PÊCHE RESPONSABLE

Depuis juin 2013, le Groupe soutient la pêche côtière, signalée par un nouveau macaron. Cette technique de pêche, qui offre des produits d'excellente qualité, respecte le renouvellement des ressources halieutique, les fonds marins et contribue à la préservation de l'emploi dans ce secteur.

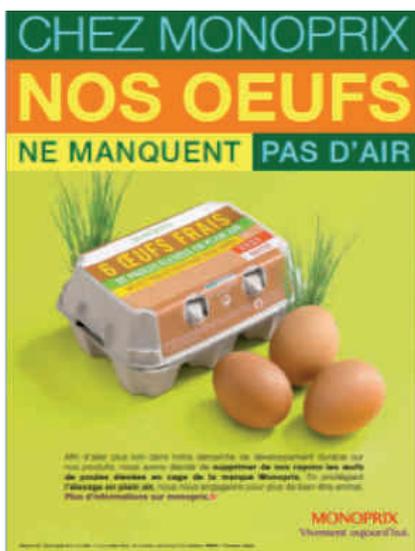
La démarche  
est actuellement  
expérimentée dans

**14**

magasins  
en Île-de-France.



# L'OFFRE RESPECTUEUSE DU BIEN-ÊTRE ANIMAL



## SUPPRESSION DES OEUFS ISSUS DE POULES ÉLEVÉES EN CAGE DE LA MARQUE MONOPRIX

Depuis avril 2013, Monoprix a supprimé de ses rayons les œufs issus de poules élevées en cage de la marque Monoprix, au profit d'une offre d'œufs de plein air ou biologiques.

Pour avoir décidé d'arrêter la commercialisation d'œufs de poules élevées en cage pour sa marque propre, Monoprix a reçu une « mention d'honneur aux Œufs d'Or » de l'association internationale de protection animale Compassion in World Farming (CIWF).



## DU LAIT ISSU DE FERMES FRANÇAISES SÉLECTIONNÉES

Depuis mars 2014, le lait à la marque Monoprix provient de fermes françaises sélectionnées par Monoprix pour leur engagement dans démarche d'amélioration continue sur le bien-être animal (respect des bonnes pratiques d'élevage, respect du cahier des charges Monoprix).



Chaque année, les fermes seront évaluées selon 10 critères de suivi, comme l'accès au pâturage ou le taux d'engraissement des vaches.





### Des guides pédagogiques

sont édités chaque année par Monoprix et distribués gratuitement dans tous les magasins. Portant sur des sujets variés tels que la nutrition, la biodiversité ou le recyclage, ils permettent de diffuser sur un ton ludique et simple les informations et les bonnes pratiques dans différents domaines. En 2014, Monoprix publie un nouveau petit guide « Des astuces bien faites pour vous » réunissant des fiches pédagogiques et des astuces pour consommer mieux.

### Des informations sur le lieu de vente

accompagnent le client au fil de son parcours en magasin. Depuis le 23 avril, des étiquettes explicatives ont été placées à hauteur du regard et au plus près du produit afin d'informer au mieux les consommateurs.

# ENCOURAGER LA CONSOMMATION RESPONSABLE

Soucieux d'informer ses clients et de leur apporter des clés pour consommer plus responsable, Monoprix développe différents supports de communication et propose régulièrement des animations en magasin.



**Des animations en magasin** sont régulièrement organisées par Monoprix et ses partenaires. En 2013, 90 jours d'animations de sensibilisation ont eu lieu dans les magasins.



**Sur le site internet,** les clients peuvent également retrouver la stratégie de développement durable de Monoprix, ainsi que des contenus variés : explication des labels, guides à télécharger, les actualités DD de Monoprix, etc.



**CONTACTS  
PRESSE**

**MONOPRIX**

**Marie-Camille Dehaut**  
mdehaut@monoprix.fr  
01 78 99 81 57

**HAVAS**

**Cécile Bourganel**  
cecile.bourganel@havasww.com  
01 58 47 81 33