



VARIÉTÉ

Le rayon fromage à la coupe de Monoprix Beaugrenelle compte 140 références sur un catalogue de 260 produits au total. Il recense 42 AOP sur les 45 existantes, et 8 IGP sur les 9.

DÉGUSTATION

Pour faire découvrir de nouveaux produits aux consommateurs, le stand propose une sélection de fromages à déguster avec une présentation soignée et l'apostrophe ludique de Monop'.

PARTENARIAT

Depuis plusieurs années, Monoprix est partenaire de la fromagerie Marie-Anne Cantin afin de proposer une offre de produits premium, affinés et issus de petits producteurs.

Monoprix Beaugrenelle s'habille

Rénové en 2015, Monoprix Beaugrenelle a mis l'accent sur les rayons trad. Le stand fromage à la coupe s'inscrit dans cette logique. Au menu : conseils, services et offres premium.

+ 25%

La croissance du rayon fromage dans le Monoprix de Beaugrenelle

140

Le nombre de références

11 € de panier moyen

Source : Monoprix

Le quartier de Beaugrenelle, dans le 15^e arrondissement de Paris, a changé d'image. Mots d'ordre : premium, chic et touristique. Le centre commercial, inauguré en 2013, a conduit le magasin Monoprix, situé en face, à se rénover. « *L'établissement a rouvert en 2015 avec la mise en place des rayons trad* », indique Denis Onillon, directeur du magasin depuis septembre 2016. L'idée ? Créer un esprit halles, un concept de boutique dans une boutique et ressembler aux fromagers de quartier.

Le résultat est réussi. Le rayon du fromage à la coupe accueille les consommateurs dans une ambiance chaleureuse : les meubles sont en imitation bois et porcelaine et les étals sont sobres afin de laisser la place

aux produits, qui parlent d'eux-mêmes. Pas de cordon ni de comptoir, la proximité est de mise entre les produits, les clients et le fromager.

Conseils et services

Tout l'intérêt d'un tel rayon réside dans les conseils et les services du personnel. « *Nous voulons aller au-delà d'un simple achat de produits* », indique le directeur. Afin d'assurer un bon niveau d'expertise à ses fromagers, l'enseigne est partenaire du Ceproc (Centre européen des professions culinaires) pour la technique ; la formation se termine par un passage dans des magasins-écoles référents, dont le Monoprix de Beaugrenelle. Un niveau de connaissance nécessaire, car le rayon présente une offre de 140 références.

« *Nous avons 42 Appellations d'Origine Protégée (AOP) sur les 45 existantes, 8 labels Indication Géographique Protégée (IGP) sur les 9* », détaille Denis Onillon. Pour offrir de l'exclusivité, l'enseigne a noué un partenariat avec la fromagerie Marie-Anne Cantin pour ses fromages affinés, issus de petits producteurs. Autre axe de différenciation : le local. Monoprix propose des fromages frais directement livrés par les producteurs de Normandie. Pour une lisibilité parfaite, le rayon est organisé par types de fromages : les chèvres, un « *corner* » Marie-Anne Cantin, les pâtes fleurées lavées, les pâtes pressées non cuites, les pâtes pressées cuites et les fromages étrangers. Une alternance de formes et de couleurs permet de rompre la monotonie. Outre



ASSOCIATION DE METS

Qui dit plateau de fromages premium dit association avec des mets. Les fromagers peuvent suggérer aux consommateurs un choix de confitures et de vins pour accompagner leur dégustation.



SERVICE

Le magasin, en raison de sa localisation, accueille une clientèle très touristique. Ainsi, pour satisfaire les consommateurs étrangers qui souhaitent rapporter des fromages chez eux, le stand propose un emballage sous vide pour une excellente conservation des produits pendant les voyages.



FRAÎCHE DÉCOUPE

Pour offrir de la praticité aux clients pressés, le rayon propose des références pré-emballées. Les produits ont été découpés le matin même, dans le laboratoire situé derrière le stand, pour garantir une fraîcheur optimale.

en fromager de quartier

les gammes pérennes, l'enseigne s'efforce de dynamiser les lieux avec des temps forts. « *Nous avons des thématiques toute l'année comme les fromages suisses, italiens, de montagne, avec des théâtralisations et les spécialités de fin d'année.* » Un corner de dégustation est mis à disposition des consommateurs avec des produits originaux qui tournent. Si le bio est encore absent du rayon coupe à la différence du libre-service, Monoprix avoue être en réflexion sur ce sujet. « *Nous allons faire des tests ces prochains mois avec une offre dans trois magasins parisiens, car il y a une forte demande* », explique Denis Onillon, sans donner davantage de détails.

À la mode de l'e-commerce

Outre l'offre, le rayon propose de nombreux services. En raison d'une clientèle touristique, certains panneaux sont déjà tra-

duits en anglais et le chef de rayon parle la langue de Shakespeare. Afin de permettre aux étrangers de rapporter des fromages chez eux, une machine, située à côté du rayon, emballe sous-vide les produits dans le laboratoire. C'est dans celui-ci que les fromagers préparent les articles pré-emballés à partir des références du rayon. Une offre qui représente 23 % du stand. Ce service est fortement plébiscité par les shoppers pressés qui savent exactement ce dont ils ont besoin. Les consommateurs peuvent aussi choisir des plateaux de fromages déjà

dressés ou passer commande auprès de l'artisan. Et le fromager peut également conseiller des alliances avec des confitures et des vins pour une meilleure dégustation.

Le stand s'est mis à la mode de l'e-commerce. Un atout essentiel pour un magasin premium de centre-ville. Les consommateurs peuvent passer via deux plateformes. Epicery, qui propose un système de livraison à domicile avec une partie de l'offre des magasins de proximité recensés sur l'application, dont Monoprix Beaugrenelle et Uber Eats. « *Depuis un an, les Parisiens peuvent se faire livrer les produits via une sélection proposée dans ce catalogue.* »

Des services multiples qui assurent l'attractivité du rayon. Le système fonctionne. Le chiffre d'affaires de la fromagerie à la coupe progresse de 25 %, en ligne avec celui du magasin. ■



« Avec nos gammes premium, qui comptent 140 références, nous voulons ressembler à des fromagers de quartier et développer un esprit halles. »

Denis Onillon, directeur du magasin Monoprix Beaugrenelle

PHOTOS : PIERRE VASSAL/HAYTHAM

CAMILLE HAREL