

- [Accueil](#) >
- [Actualités](#) >
- [Archives 2023](#) >
- Monoprix arrive à Waterloo : quelle dimension donner à ce...

Monoprix arrive à Waterloo : quelle dimension donner à cette nouvelle ?

Catégorie

Actualité

Publication

20/11/2023

Monoprix arrive à Waterloo : quelle dimension donner à cette nouvelle ?

Monoprix débarque à Waterloo, à travers le véhicule d'un de ses principaux franchisés. , dans le milieu du retail belge.

Monoprix débarquant en Belgique ? La rumeur courait déjà la semaine dernière, elle est contre toute attente confirmée avec le permis d'implantation accordé par la commune de Waterloo à la société Transversale, un des principaux franchisés de l'enseigne française. Le magasin s'installera au 115 de la chaussée de Bruxelles, l'adresse qu'avait quittée AS Adventure pour s'installer au centre commercial de la Drève de Richelle.

La nouvelle est doublement surprenante. D'abord parce que le Groupe Casino, auquel appartient Monoprix, est aujourd'hui davantage préoccupé par son sauvetage par le milliardaire tchèque Daniel Kretinsky que par de nouveaux défis. Lourdemment endetté (6 milliards d'euros), Casino est en grosse difficulté. Son enseigne Monoprix (également déclinée en format de proximité Monop', et en non-alimentaire avec Monop'beauty, *Monoprix* Maison et Naturalia) est en revanche très prospère (5 milliards de chiffre d'affaires). Monoprix, ce sont des magasins urbains, exprimant un esprit de chic parisien. Dans la maison Casino, ce sont les hypers qui souffrent, alors que Monoprix reste au contraire une valeur sûre, sur laquelle le nouveau propriétaire compte bien investir. C'est compréhensible.

Mais s'implanter en Belgique, même à travers un master franchiser indépendant, est-ce vraiment un plan rationnel ? La question est d'autant plus légitime que Casino avait déjà surpris le retail belge en ouvrant deux (éphémères) supérettes Franprix à Ixelles. Certes, cette commune bruxelloise est-elle un peu devenue, pour

des raisons fiscales, le 21^e arrondissement de Paris. Mais si la clientèle d'expatriés français a pu se féliciter de l'arrivée en Belgique francophone d'enseignes telles que Picard, elle n'est pas non plus dépaysée par rapport à l'offre commerciale abondante qu'elle trouve dans la capitale belge. Et cette clientèle d'expatriés ne forme sans doute pas non plus un groupe de consommateurs assez massif que pour justifier l'arrivée d'une enseigne typiquement hexagonale, pour ne pas dire parisienne, dans un paysage commercial ultra-concurrentiel. Difficile aujourd'hui de déterminer la nature exacte de l'opération projetée à Waterloo. On constatera simplement que dans le passé, la riche commune brabançonne a souvent servi de plateforme-test pour des enseignes françaises peu superstitieuses. Pour Picard, l'exercice fut réussi, et le magasin de Waterloo ouvert en 2012 fut le premier d'un réseau bien actif, même s'il a dû abandonner ses ambitions pour la Flandre. Pour Thiriet, le rival français de Picard, arrivé en 2015, Waterloo fut en revanche une morne plaine. Alors, simple test ou offensive en bonne et due forme ? Il est beaucoup trop tôt pour se prononcer.

Qui est Monoprix, l'enseigne française qui arrive en Belgique ? ([Retail Detail](#))

Avec **Monoprix**, une enseigne française emblématique à l'histoire riche s'installera bientôt en Belgique. Que peuvent attendre les consommateurs et les concurrents de ce nouveau venu remarquable ?

De grandes ambitions

Le premier magasin Monoprix a ouvert ses portes à Rouen en 1932. À l'époque, il s'agissait d'une réponse de la chaîne de grands magasins **Galerias Lafayette** au lancement de l'enseigne **Prisunic** par son concurrent **Le Printemps**. Les prix unitaires étaient une tendance du commerce de détail dans ces années de crise (*voir aussi* : **Hema**). La chaîne a fini par fusionner avec Prisunic. En 2013, l'enseigne est passée sous le contrôle du groupe **Casino**, actionnaire minoritaire depuis la fin des années 1990.

Aujourd'hui, Monoprix compte quelque 700 magasins en France et environ 150 à l'étranger, représentant un chiffre d'affaires cumulé de 5 milliards d'euros. Avec 21 000 employés, l'enseigne déclare servir 800 000 clients par jour. **Certains magasins sont exploités en franchise**. Bien que le détaillant fasse partie d'un groupe en difficulté financière, son ambition de croissance est élevée : Monoprix souhaite ouvrir une centaine de magasins par an. Il y a trois ans, l'entreprise a même déclaré vouloir doubler son chiffre d'affaires pour atteindre 10 milliards d'euros, grâce à une expansion dans toute l'Europe. Bientôt, [le premier magasin belge ouvrira ses portes à Waterloo](#).

Expérience et technologie

Il s'agira d'un grand magasin Monoprix « classique » sur une surface de plus de 3 000 m². Cette enseigne urbaine peut être décrite comme un croisement entre un supermarché et un grand magasin de luxe. Les magasins proposent une large gamme de produits alimentaires, dont une grande partie sous leur propre marque, qui occupe une place de choix dans les rayons grâce à un design d'emballage distinctif. Mais outre l'alimentation, vous trouverez également chez Monoprix un large éventail de produits de mode, de beauté et de décoration. C'est ce qui rend le concept tout à fait unique. Avec un positionnement plutôt « premium », l'enseigne n'est pas un chasseur de prix.

Le dernier concept de magasin, dont l'ébauche est visible dans le magasin phare ouvert en 2020 dans le quartier de Montparnasse à Paris, montre où l'enseigne veut aller. Les clients y trouvent des produits artisanaux, biologiques et sans emballage, une offre de seconde main, un restaurant pour le déjeuner, un bar à nouilles et un bar à café, entre autres. L'enseigne y teste également des technologies innovantes, notamment des chariots connectés, un service de click&collect rapide ou des suggestions de style à l'aide de codes QR dans le rayon mode.

Six formats de magasins

Outre l'enseigne originale de Monoprix, le groupe compte aujourd'hui cinq autres formats de magasins. Le plus connu est Monop', une chaîne de magasins de proximité de 300 à 400 m². Les consommateurs y trouvent des snacks et des plats à emporter en plus d'une offre alimentaire classique. Un dérivé est le Monop'Daily : des magasins plus petits de 50 à 100 m² qui se concentrent sur la « nourriture à emporter » et où l'on peut également se procurer rapidement quelque chose à manger sur place. Les gares, quant à elles, accueillent les magasins Monop'Station.

En 2005, Monoprix a lancé un autre produit dérivé : Monop'Beauty, qui propose une gamme de produits de soins personnels et de beauté sur une surface moyenne de 120 m². Pour l'instant, il y a quatre succursales. Le dernier né est Monoprix Maison : le premier a ouvert en octobre 2022 à Levallois-Perret, en banlieue parisienne ; un deuxième a suivi en juillet de cette année dans le neuvième arrondissement de la capitale française, avec 2 700 références de décoration et d'intérieur sur 318 m².

Un cas à part est Naturalia, l'enseigne de plus de 200 magasins bio que Monoprix a rachetée en 2008. L'enseigne développe d'ailleurs des solutions omnicanales, dont le service d'abonnement Monop'Flix et le service de livraison rapide Monop'Hop, et a également conclu des partenariats avec les acteurs du commerce électronique **Veepee** et **Amazon**.

[Retour aux actualités](#)