

Monoprix épate ses cadres

Le sujet paraît si *touchy* que Monoprix ne souhaite pas communiquer autour du Monopshow, événement annuel qui rassemble cadres et fournisseurs de l'enseigne. Il n'empêche qu'un duo d'agences a planché sur l'édition 2002, qui s'est dérou-



lée les 13 et 14 novembre. Fidèle à l'enseigne depuis sept ans, le cabinet de conseil en management et organisateur d'événements CLCI a conçu et mis en scène la convention stratégique, destinée à présenter les nouvelles orientations de la politique de l'entreprise. Baptisée Excellence, cette convention a réuni près de 4000 personnes mercredi 13 au matin dans la salle Equinoxe. « *Nous avons eu carte blanche pour opérer un changement de ton et éviter la langue de bois* », explique Christian Loviton, fondateur et P-Dg de CLCI. L'agence a donc misé sur l'humour pour mieux coller au recentrage vers « *plus de complicité avec ses clients* », voulu par Monoprix. Mais pas question d'improvisation pour l'intervention du comique Anthony Kavanagh (Cf. photo ci-dessus), choisi comme maître de cérémonie. Sa mission : mettre « du sel, du poivre et du piment » dans un rituel bien huilé.

« Anthony Kavanagh possède un véritable talent pour l'animation des conventions », estime Christian Loviton. Le chroniqueur radio Guy Carlier, le judoka David Douillet et le journaliste Karl Zero, animateur du Vrai Journal sur Canal +, complétaient le tableau des épatants intervenants pour tourner le dos à la langue de bois mais aussi maintenir l'attention des participants réunis pendant 4h. Autant d'in-



terventions relayées sur un écran géant fourni par VLS et doté de l'*imager technologie* qui permet la diffusion en haute résolution de plusieurs sources d'images vidéo et informatique.

Un autocar attendait ensuite les participants pour les mener au Cnit Paris La Défense où s'est ouvert l'édition 2002 du Monopshow, salon où les fournisseurs de l'enseigne exposent leurs produits sur plus de 10 000 m². « *C'est un véritable espace de communication entre Monoprix et ses fournisseurs. Cinq mille d'entre eux s'y sont rendus cette année* », précise Christian Loviton, qui a également conçu le troisième temps fort de l'événement, le colloque Monoprix, organisé le lendemain. Après le développement durable présenté par l'ancien président américain Bill Clinton *himself* en novembre 2001, le thème 2002 était « Le monde sous le regard des femmes ». Pas moins de cinq *superwomen* sont venues parler de leur expérience lors d'un débat animé par la journaliste Isabelle Giordano : Anne Lauvergeon, P-Dg d'Areva ; Laurence de la Ferrière, exploratrice ; Marie Bejot, prix 2002 Woman Entrepreneur et P-Dg d'Enobiol ; Hélène de Fougerolles, comédienne et enfin Barbara Hendricks qui a clôturé la session en interprétant des gospels *a cappella*. Un plateau de choix difficile à réunir parce que « *les femmes sont moins intéressées par le pouvoir du verbe et pour prendre la parole* », avoue le P-Dg de CLCI.

Et parce que Monoprix ne se refuse décidément rien, la manifestation s'est terminée par une grande soirée dans les salons Brillat-Savarin du Cnit, orchestrée par Osé!. Sur le thème du tour du monde, l'agence a emmené les 1200 invités aux quatre coins de la planète en compagnie d'une animatrice « hôtesse de l'air » présentant les escales. De la Chine au Mexique en passant par la Russie, la découverte était aussi dans l'assiette avec un menu signé Honoré James. Après le dîner, neuf chanteuses noires américaines relookées en bonnes sœurs version Whoopy Goldberg ont débarqué dans des caddies Monoprix! Elles ont repris en chœur les tubes de la bande originale du film avant de céder la place à la star - encore une - de la nuit, la chanteuse Ishtar, la voix du groupe Alabina. « *Chaque année, nous faisons venir une vedette* », explique Olivier Sananès, directeur de l'agence Osé, qui avait enrôlé Dave, Patrick Juvet et Nicoletta pour l'édition 2001. Avouez que cela aurait été dommage de ne pas parler de ce Monopshow 2002 !

R.P.