

# «L'eau ça mouille» : les restrictions gouvernementales tournées en dérision par Monoprix

La campagne d'affichage de l'enseigne lancée vendredi évoque avec ironie la fermeture des rayons «non essentiels» dans les grandes surfaces.

Par **Le Figaro**

Publié il y a 3 heures



Les petites phrases simples mais percutantes de Monoprix ont provoqué de nombreuses réactions sur les réseaux sociaux. *PHILIPPE HUGUEN / AFP*

«Une commission venant de conclure que l'eau ça mouille, nous avons à nouveau le droit de vendre des parapluies». Ce week-end, les Français se promenant dans les allées de Monoprix ont pu découvrir, un brin surpris, la nouvelle campagne d'affichage de l'enseigne, pour le moins moqueuse à l'égard des décisions prises par le gouvernement.

Durant ce deuxième confinement, les commerces jugés « *non-essentiels* » ont été contraints de fermer. Et après quelques jours de flou concernant les règles à appliquer dans les grandes surfaces au début du mois de novembre, l'exécutif avait finalement précisé sa politique sanitaire en faisant également fermer des rayons entiers des magasins. Puis certains, comme ceux des vêtements pour enfants ou des sous-vêtements, avaient finalement pu rouvrir.

Conçue avec l'agence de publicité DDBParis et lancée vendredi dernier, la campagne de l'enseigne de Casino ironise ainsi sur les choix du gouvernement entre les produits jugés « *essentiels* » et ceux qui ne le seraient pas.



La campagne d'affichage Monoprix. *Monoprix*

Une douzaine de pancartes affichant des messages tels que : « *Les vêtements pour enfants jusqu'à trois ans sont à nouveau essentiels. Les autres sont priés d'arrêter de grandir* » ou « *Si les biberons n'étaient pas nécessaires, il fallait nous avertir de ne pas faire de bébés pendant le premier confinement* », sont désormais visibles dans la plupart des magasins de l'enseigne de centre-ville.

Le géant américain de l'e-commerce Amazon n'échappe pas non plus aux piques subtiles de Monoprix : en référence aux « *Amazon lockers* » (casiers réservés à Amazon où les clients qui le souhaitent peuvent

recevoir leurs colis), est affiché : *« On n'avait pas trop envie de recevoir ici ce que nous n'avons plus le droit de vendre ».*

## **Apporter de la légèreté et de l'humour**

Les petites phrases percutantes de Monoprix ont provoqué de nombreuses réactions sur les réseaux sociaux. À travers cette nouvelle campagne marketing, des internautes y ont vu une intention de ridiculiser certains choix de la politique sanitaire du gouvernement. Et ils ont également bien ri.

Auprès de BFM Business, Monoprix s'est défendu de toute intention politique. *«Le groupe a voulu apporter un peu de légèreté et d'humour dans cette période morose en faisant sourire ses clients, en écho à ce qu'ils peuvent parfois ressentir, précise un porte-parole du distributeur. Ces traits d'esprit ne constituent en aucun cas une volonté de critiquer les décisions gouvernementales que nous appliquons scrupuleusement. Ce ton et cet humour ont toujours fait partie de l'ADN de Monoprix»,* a ajouté le porte-parole.