

COMMUNIQUE DE PRESSE

" PRISUNIC "

15 juin - 29 août 1988
Galerie des Brèves du CCI

UNE EXPOSITION

Galerie des Brèves/Centre de Création Industrielle
Niveau mezzanine du Centre Georges Pompidou

Reflétant le dynamisme d'une enseigne en pleine maturité, cette exposition, présentée par le Centre de Création Industrielle, se proposera de montrer les actions menées par Prisunic pour épouser les grands moments économiques et culturels qui ont marqué les différentes époques de son histoire.

Noël 1931 rue Caumartin : naissance, en pleine récession économique, du premier "magasin de vente spéciale à Prix Uniques" dont la mission est de satisfaire les besoins les plus courants au prix les plus bas : à l'époque, rien n'est vendu au-dessus de 10 francs.

Quand les années 50, après une longue période de privations, marquent le règne de l'objet, "Prisunic" est prêt à satisfaire cette boulimie de consommation. En réponse à chaque besoin, les acheteurs de Prisunic s'attachent en permanence à trouver l'article au meilleur rapport qualité/prix.

Dès 1960, la possession des biens ne suffit plus. C'est l'apparition du design et de l'ultra-moderne. Prisunic, percevant l'immense mouvement de créativité qui va marquer la décennie, est le seul à se doter d'un bureau de style et de publicité et à développer une politique originale de créativité et de marques propres. Il est le seul à faire travailler artistes et stylistes reconnus aujourd'hui comme les plus grands dans leur domaine : Denise Fayolle, Janine Roszé pour la mode et les objets quotidiens ; Terence Conran, Marc Held, Olivier Mourgue, Gae Aulenti, Pierre Paulin, Marc Berthier pour le mobilier ; Alechinsky, Courtin, Dewasne, Jorn, Lam, Matta, Messagier, Reihoud, Tabuchi, Tal'Coat, Bram Van Velde pour l'art ; Peter Knapp, Guy Bourdin, J.M. Folon pour la publicité... La mission de Prisunic trouve alors son expression complète : prix - qualité - style.

Cette profession de foi, plus que jamais d'actualité, répond aux nouvelles exigences des consommateurs : la qualité pour un pouvoir d'achat qui stagne, voire régresse. Les années 80, les années

.../...

Pour tous renseignements :

Centre Georges Pompidou
Centre de Création Industrielle
75191 Paris cedex 04
Tél 42 77 12 33

Relations publiques du CCI
Ariane Diané Sartorius
Poste 42 16

Service de presse du CCI
Marie-Jo Poisson-Nguyen
Poste 42 05

Centre de Création
Industrielle CCI

Centre Georges Pompidou
75191 Paris Cedex 04 Téléphone 42 77 12 33 Telex CNAC GP 212 726

les années du "et hop" imposent d'autant plus le style "Prisunic" dans les secteurs du prêt-à-porter, de la décoration et les produits frais qu'il répond de mieux en mieux à l'attente de qualité du consommateur tout en respectant son budget.

Ainsi, Prisunic lance de nouvelles marques haut de gamme : Tee and Green, Menthe Verte, Isodie, Derby, le Jardin Gourmand..., à côté de ses grandes signatures traditionnelles dont les plus connues sont Forza et Prisu.

Les années 90 seront celles du "look", l'aspect devient en effet un des premiers critères de référence. Lorsque Prisunic modernise ses points de vente, c'est de séduction dont il est question. Ni boutique, ni grande surface mais la taille moyenne pour des relations humaines où "l'achat plaisir" peut pleinement s'exercer.

DES PRODUITS NOUVEAUX

L'exposition Prisunic au Centre Georges Pompidou est étroitement liée au lancement d'une collection de papeterie Centre Georges Pompidou diffusée par Prisunic et dont le design a été confié au Cabinet Nemo.

Cahiers, blocs-notes, classeurs seront présentés dans le cadre de la manifestation et disponibles pour la rentrée scolaire.

Les partenaires Centre Georges Pompidou et Prisunic prévoient la collaboration de plusieurs designers français et étrangers et la création en 1988-89 de produits nouveaux.