

Rock en Seine 2026 : Monkey Shoulder muscle sa stratégie de brand building avec un dispositif de 60 m² et une offensive CHR

Paris, 4 août 2026

Pour sa 3^{ème} participation consécutive au festival, la marque emblématique de blended malt élaboré à partir de trois single malts du Speyside transforme son stand en « Record Bar » et déploie un dispositif de brand building renouvelé, entre création cocktail et expérience sonore, la marque propose aux festivaliers une plongée dans son univers décalé et contemporain

Présent à Rock en Seine depuis 2024, Monkey Shoulder renouvelle sa participation au festival en 2026 avec un dispositif entièrement repensé prenant la forme d'un immeuble de 8 mètres avec un étage conçu pour faire vivre son univers auprès des festivaliers, développer sa notoriété et soutenir sa dynamique commerciale sur le marché français.

À travers ce partenariat, Monkey Shoulder confirme son ambition d'investir durablement les grands rendez-vous culturels et musicaux afin de créer des expériences de marque différenciantes, au croisement de la mixologie, de la créativité et du divertissement.

Une marque en pleine accélération sur le marché français

Né dans le Speyside, berceau des plus grands single malts écossais, Monkey Shoulder est le whisky qui a créé la catégorie des blended malts. Élaboré à partir d'un assemblage de single malts sélectionnés et vieillies en fûts de chêne ex-bourbon, il se distingue par ses notes de vanille, de cannelle et d'agrumes, offrant un profil doux et équilibré qui lui permet d'être apprécié aussi bien en dégustation qu'en cocktail.

Cette singularité accompagne aujourd'hui une forte dynamique commerciale en France. Entre 2017 et 2024, Monkey Shoulder a quasiment doublé son volume de ventes et représente 14,3 % de part de marché volume sur le segment des whiskies premium en 2025, conservant sa position de leader sur ce marché (source Nielsen Retail 2025).

La musique, un territoire d'expression stratégique

Depuis plusieurs années, Monkey Shoulder construit sa plateforme de marque autour de la musique et de la création contemporaine. Ce territoire d'expression lui permet de créer des expériences mémorables et de renforcer son image auprès de consommateurs en quête d'authenticité et de créativité.

Le partenariat avec Rock en Seine s'inscrit dans cette stratégie globale, aux côtés d'autres collaborations internationales comme celle récemment annoncée avec l'artiste et DJ Fred again.., premier Creative Partner mondial de la marque.

Une présence renforcée à Rock en Seine

Monkey Shoulder déploiera cette année un dispositif encore plus ambitieux. Installé sur un espace de 60 m², sur deux étages, le stand a été pensé pour les passionnés de musique et de mixologie au sein d'un espace entièrement dédié à la marque et conçu comme un lieu de vie et d'expérimentation

L'art de l'assemblage : du whisky à la musique

Pour cette édition, Monkey Shoulder fait évoluer son activation en transformant son espace en Record Bar, une expérience immersive invitant les festivaliers à devenir les créateurs de leur propre morceau. À travers

sa présence à Rock en Seine, la marque fait le lien entre l'art du blending (l'assemblage des whiskies) et la création musicale. Cette initiative s'inscrit dans la volonté de Monkey Shoulder d'offrir des expériences de marque originales et mémorables.

Par groupes de trois à quatre personnes, les participants seront invités à créer leur propre morceau, repartir avec leur vidéo souvenir, puis prolonger l'expérience autour d'une dégustation encadrée. Le dispositif comprend également une terrasse panoramique repositionnée à l'avant du stand, ainsi que le retour du toboggan emblématique de Monkey Shoulder.

Une stratégie de mixologie au cœur de l'expérience

Au-delà de l'activation, Monkey Shoulder met en avant sa polyvalence à travers une offre cocktail pensée pour accompagner les usages estivaux et faire découvrir toute la richesse aromatique du blended malt.

Le bar proposera quatre cocktails à la carte, issus d'une sélection de cinq recettes signature de la marque : le Monkey Sour, le Monkey Mule, le Rock Star, un highball aux notes de fruit de la passion, ainsi qu'une alternance entre le Monkey Old Fashioned et le Litchiise, un highball léger associant des notes de litchi et de fraise. Chaque recette a été imaginée pour révéler les qualités organoleptiques de Monkey Shoulder et démontrer sa capacité à s'exprimer aussi bien dans les grands classiques que dans des créations plus contemporaines.

Cette approche s'inscrit pleinement dans la stratégie de la marque, qui fait de la mixologie un levier de découverte et de valorisation de son blended malt auprès des consommateurs comme des professionnels du CHR.

Une stratégie d'amplification au-delà du festival

Afin de prolonger l'expérience, Monkey Shoulder déploiera un dispositif d'amplification combinant création de contenus, influence et partenariat média.

Pour la première fois, Monkey Shoulder s'associe à Radio Nova à travers une activation inédite : l'émission emblématique Nova Danse investit l'immeuble Monkey Shoulder le temps d'un DJ set exclusif, réservé à une sélection d'auditeurs de la station. Podcasts, aftermovie et relais éditoriaux permettront de prolonger la visibilité de l'opération bien au-delà des quatre jours du festival.

Cette stratégie sera complétée par des contenus générés par les festivaliers ainsi que par un dispositif d'influence pensé pour accompagner le rayonnement de l'opération.

Une activation au service des ambitions de la marque

À travers Rock en Seine, Monkey Shoulder poursuit plusieurs objectifs stratégiques :

- Renforcer sa notoriété auprès d'une cible adulte, urbaine et prescriptrice ;
- Affirmer le positionnement distinctif de la marque à travers des partenariats culturels cohérents avec son territoire d'expression
- Nourrir la préférence de marque grâce à un dispositif générateur d'engagement et de contenus.
- Accompagner la prescription dans le réseau CHR ;
- Soutenir son développement sur le marché français des whiskies premium ;

«Monkey Shoulder a toujours bousculé les codes du whisky en plaçant la créativité et l'audace au cœur de son ADN. Être présent sur un événement aussi emblématique que Rock en Seine est une suite naturelle pour nous. À travers cet espace immersif, nous avons voulu créer un pont évidents entre l'art

du blending et la création musicale : assembler des notes pour créer une expérience unique, que ce soit dans un verre ou en musique” Yann Thollet, Marketing Manager | Monkey Shoulder

À propos de Monkey Shoulder

Né dans le Speyside, en Écosse, Monkey Shoulder est un blended malt whisky élaboré à partir d'un assemblage de trois single malts vieillis en fûts de chêne ex-bourbon. Reconnu pour son profil aromatique équilibré et sa polyvalence, il est conçu pour être dégusté pur comme en cocktail, faisant de lui une référence incontournable de la mixologie contemporaine