

## Conférence de presse Intermarché

### **Intermarché : la meilleure prise de parts de marché dans un contexte d'évolutions législatives**

**Avec 14,7% de PDM (+0.4), Intermarché affiche la meilleure progression du secteur en 2018, avec de belles performances pour tous ses formats.**

**Après le vote de la Loi Alimentation et dans l'attente des ordonnances, l'enseigne au modèle unique de « Producteurs & Commerçants » annonce ses performances, fait le point sur ses chantiers et réaffirme ses positions pour une juste redistribution de la valeur au monde agricole et en faveur du pouvoir d'achat des consommateurs.**

#### **Intermarché affiche de belles performances sur l'ensemble de ses formats et sur tous ses modèles**

Avec des prises de parts de parts de marché de façon continue depuis 14 périodes, Intermarché est l'enseigne qui progresse le plus (+0.4). L'ensemble de ses formats performe à travers tout l'Hexagone : Hyper (+3.56% en CA constant), Super (+3.17%), Contact (+3.47%), Express (+4.38%).

#### **Une croissance saine, portée par le fond de rayon, le bio, le "trad. " et la fidélité des clients**

Intermarché affiche une croissance saine, car portée majoritairement par les performances des produits de fond de rayons (c'est-à-dire les produits du quotidien présents en rayon toute l'année, par opposition aux produits faisant l'objet d'une mise en avant promotionnelle).

D'autre part, cette croissance est portée par la fidélité de sa clientèle, qui bénéficie du nouveau programme de fidélité en faveur du « mieux manger », et qui affiche une intention de fréquentation en hausse.

La progression de l'offre sur le bio et l'expertise unique de l'enseigne sur ses rayons « frais » et « trad. » (boucherie et marée) ont permis des gains significatifs de parts de marché.

#### **Un objectif de 15 % de part de marché en 2019**

Aujourd'hui, Intermarché affiche sa volonté de poursuivre son accélération sur le bio et de consolider ses forces sur les rayons « trad », fers de lance de ses filières viande et marée. Intermarché ambitionne d'atteindre 15 % de part de marché en 2019, en accélérant aussi sur sa transformation digitale dont les premiers bénéfices pour le client seront tangibles dès 2019, ainsi que sur la complémentarité carrelage/digital, notamment à Paris et en cœur de villes (ouverture du 1<sup>er</sup> drive piétons en octobre 2018 à Paris Saint-Michel, avant déploiement en 2019 dans d'autres centres-ville).

#### **Loi Alimentation : au cœur de la nouvelle bataille du pouvoir d'achat, Intermarché revendique sa responsabilité de commerçant engagé vis-à-vis des agriculteurs et des consommateurs**

Pleinement engagé dans les EGA, Intermarché réaffirme ses positions : s'assurer que le relèvement du SRP généralisé à tous les produits et l'encadrement des promotions en valeur (34%) et en volume (25%) permettent une répartition effective de la valeur aux agriculteurs, sans pour autant pénaliser le panier du consommateur.

*« Notre volonté a été, et est toujours, de ne pas perdre de vue la visée des États Généraux de l'Alimentation, qui est de mieux rémunérer l'agriculture française. Notre position s'est voulue, d'emblée, prudente, mesurée et médiane en souhaitant que la hausse du SRP soit réservée aux seuls produits alimentaires à forte composante agricole. Nous aurons des postures différenciées : d'un côté, les produits agricoles et à forte composante agricole – et de l'autre les produits non agricoles ; d'un côté les PME – et de l'autre les grands fournisseurs. Et nous demeurerons pleinement fidèles à notre vocation qui est de rendre accessible le*

« mieux manger » à tous les consommateurs. Mais nous continuons de nous interroger sur la redistribution effective de la valeur aux agriculteurs, puisque le "ruissellement" ne peut avoir de réalité en dehors de la responsabilité de chaque maillon de la chaîne », déclare Thierry Cotillard, Président d'Intermarché.

### **Agromousquetaires : arme de différenciation massive au service des combats du « Mieux Produire » et du « Mieux Manger »**

Intermarché, c'est un modèle unique qui rassemble au sein d'un même Groupement un outil de production intégré composé de 62 usines agroalimentaires et plus de 1 800 points de vente partout en France. Un modèle issu à l'origine de la volonté de sécuriser les approvisionnements, qui permet aujourd'hui une maîtrise singulière de la chaîne de production et donne à l'enseigne une expertise unique parmi les distributeurs sur l'origine et la traçabilité des produits, comme sur leur conception, leur fabrication et leur qualité.

### **Parce qu'être "Producteurs & Commerçants", c'est une responsabilité et des engagements en faveur du « Mieux Produire » et du « Mieux Manger »**

#### **Soutenir une production française plus responsable**

Maintenir les emplois sur les territoires, sécuriser les agriculteurs via la contractualisation comme 1<sup>er</sup> levier d'une relation plus durable et rémunératrice, les aider à se convertir à l'agriculture biologique ou dans des filières qualité avec l'agroécologie... ce sont autant de chantiers en développement pour Agromousquetaires.

« La base de notre organisation de production repose sur la contractualisation. "Les Éleveurs vous disent MERCI !", gamme co-construite avec des producteurs de lait partenaires de notre Laiterie St Père, ou le partenariat avec ELVEA France pour la filière bovine, sont deux exemples de la qualité des liens que nous développons, dans la durée, avec le monde agricole » déclare Yves Audo, Président d'Agromousquetaires.

### **Aider les Français à manger un peu mieux tous les jours : quelques exemples**

Aujourd'hui : développement des gammes de produits sans nitrite, sans lactose, sans gluten ; gamme "Bébé Bio" ; extension de "l'Essentiel" (sans additifs ou conservateurs) ; extension de "30% de sucre en moins" ; création de la gamme "Veggie Marché" ; poursuite de la démarche anti-gaspi avec les produits "Les Moches"...

Demain : 100% des produits enfants adaptés à leurs besoins nutritionnels et sans ingrédients sensibles et/ou superflus (taux de sucre, taille des portions, ...) ; amélioration nutritionnelle en plats cuisinés, charcuterie, goûter, petit-déjeuner, boissons, ultra-frais.

#### **À 2020**

- 90% des produits aux marques Intermarché « Made in France »
- 0% d'œufs issus de poules élevées en cages marque « Moisson »
- 100% d'huile de palme tracée et durable
- 100% de cafés origine torréfiés « Planteurs des Tropiques » issus d'une filière responsable
- 7 espèces de poissons sensibles, sauvages et aquaculture issues d'une filière transparente et responsable

#### **À 2025**

- 100% des produits alimentaires aux marques propres Intermarché issus d'une filière transparente et responsable
- 100% des fruits et légumes « Mon Marché Plaisir » issus d'une exploitation sous démarche agro-écologique
- 0% d'œufs issus de poules élevées en cages toutes marques confondues, y compris marques nationales
- 100% d'engagement durable sur les filières ayant un impact sur les forêts

### **En bref**

*Avec son statut unique de "Producteurs & Commerçants", Intermarché met le mieux-être des consommateurs au cœur de ses engagements. Ce positionnement unique dans la distribution française, qui unit le 5<sup>e</sup> opérateur agroalimentaire et le 2<sup>e</sup> distributeur indépendant en France, donne à Intermarché la capacité de s'adapter en permanence aux attentes des clients comme aux nouveaux enjeux sociétaux, pour "Mieux-Produire" et "Mieux-Manger". "Mieux produire", c'est soutenir une production française et responsable. "Mieux manger", c'est aider les Français à manger un peu mieux tous les jours. Intermarché compte 1 838 points de vente en France, et Netto 295.*

*Agromousquetaires, le pôle agroalimentaire du Groupement Les Mousquetaires, compte 62 unités de production en France, 10 filières (bœuf, porc, traiteur/surgelés, lait, mer, épicerie, boulangerie/pâtisserie, non alimentaire, vins, boissons non alcoolisées) et 11 000 collaborateurs.*

*Avec plus de 3 600 points de vente en Europe et un chiffre d'affaires de 41,6 milliards d'euros en 2017, le Groupement Les Mousquetaires est l'un des acteurs majeurs de la grande distribution. Créé en 1969, fondé sur l'initiative privée, le Groupement rassemble aujourd'hui plus de 3 000 chefs d'entreprise indépendants et 150 000 collaboratrices et collaborateurs.*

### **CONTACTS PRESSE :**

#### **Groupement Les Mousquetaires**

Katia Picard - 01 69 64 27 53

[katia.picard@mousquetaires.com](mailto:katia.picard@mousquetaires.com)

#### **Source RP**

Charlotte Rabilloud 01 53 53 36 86 - 06 62 03 28 34

[charlotte@source-rp.com](mailto:charlotte@source-rp.com)

Michelle Kamar 01 53 53 36 84 - 06 09 24 42 42

[michelle@source-rp.com](mailto:michelle@source-rp.com)