

Communiqué de presse

Bondoufle, le 02 octobre 2020

Intermarché structure son combat pour le « Mieux manger » par une démarche d'amélioration globale de ses produits

Engagé dans le combat du « Mieux produire » pour « Mieux manger » depuis de nombreuses années, Intermarché continue son plan de progrès en déployant une stratégie complète, méthodique et transversale pour parfaire son offre MDD. Composée de 18 items répondant à des défis environnementaux, sociétaux ou encore sanitaires, cette stratégie ambitieuse d'améliorer plus de 6 500 produits d'ici 2025.

Une démarche structurée pour accélérer sur le « Mieux manger »

Ce chantier, entrepris il y a déjà plus d'un an, doit permettre d'avancer de manière efficiente vers le développement de produits plus responsables, tant pour le contenu que pour les contenants. Cette feuille de route, en 18 points, doit aboutir à l'amélioration de plus de 6 500 produits d'ici 5 ans. Elle se concentre notamment sur l'origine France de nos matières premières, l'amélioration des recettes (retrait des substances controversées et améliorations nutritionnelles), la diminution des emballages, le respect de l'animal, l'anti gaspillage alimentaire, le soutien au monde agricole français avec une meilleure rémunération des éleveurs, l'agriculture raisonnée (Bio, ZRP*, HVE, Conversion Bio), le développement des emballages recyclables et recyclés ou encore le remplacement du plastique par du carton dès que cela est possible. Ces modules se complètent pour proposer aux consommateurs des produits plus durables, meilleurs pour la santé et toujours accessibles financièrement.

Un discours clair et intelligible

Cette démarche doit aussi apporter plus de lisibilité et de clarté aux consommateurs. Avec ce projet, Intermarché souhaite se positionner comme facilitateur auprès de ses clients en expliquant, par un discours intelligible, toutes les démarches RSE entreprises sur ses références. Ces derniers pourront ainsi opter facilement pour les produits qui répondent le mieux à leurs besoins, leurs aspirations ou encore leurs attentes. Permettre aux clients de comparer, de confronter et de choisir en connaissance de cause, Intermarché le fait déjà depuis plus de 30 ans, depuis l'invention du prix au kilo en 1980 ou encore du Nutripass en 2006. L'enseigne se révèle là fidèle à sa volonté de privilégier la pédagogie et la transparence.

Bilan 2020

Quelques projets phares ont rythmé l'année 2020 :

- **« Origine France »** : plus de 200 références sont passées « origine France » sur nos matières premières en 2020. À titre d'exemple, 93% de nos yaourts et 87% de nos desserts Pâturages sont « origine France ». 100% de nos jambons cuits de porc et de volaille ainsi que nos lardons Monique Ranou sont aussi français.

Par ailleurs, le Franco-Score, présent sur Intermarche.com, a été déployé sur 300 références à date.

- **Zéro Résidu de Pesticides*** : en 2020, trois de nos marques propres se sont engagées dans la promesse ZRP* : Mon marché Plaisir, Saint Eloi et Paquito. En fin d'année, il y aura au total 30 références.
- **Reformulation des recettes** : à date, Intermarché a déjà reformulé 550 recettes afin de supprimer de ses produits des additifs controversés, et en améliorer la qualité nutritionnelle. Par exemple, les yaourts aux fruits Pâturages ont des arômes naturels et moins de sucre. Le glutamate de sodium, qui est un exhausteur de goût, a été supprimé du saumon à l'oseille de la marque Odyssée et les tomates farcies Monique Ranou sont sans additif alimentaire.
- **L'offre bio** : Intermarché a aussi accéléré sur le bio en créant 65 nouvelles références. L'enseigne a pris des engagements forts en étant la première à lancer, sous sa marque Pommette, une gamme 100% bio pour l'alimentation infantile. Et, dernièrement, elle a été précurseur en commercialisant des cotons bio non-blanchis.
- **Défi Emballages** : depuis un an, l'enseigne a lancé sa stratégie #DéfiEmballages. Intermarché a déjà modifié les emballages de 200 produits et économisé 1 150 tonnes de plastiques vierges.

Au global, Intermarché a déjà amélioré 650 produits. L'objectif est d'en améliorer plus de 6 500 d'ici 2025.

« En tant que Producteurs & Commerçants responsables, nous devons offrir à nos clients des produits de qualité répondant aux enjeux actuels : l'écologie, la nutrition, le soutien au monde agricole ou encore le bien-être animal. Les attentes des consommateurs ont évolué, au-delà du goût. Ils souhaitent désormais des recettes plus clean, des listes d'ingrédients courtes et compréhensibles, des emballages plus vertueux ou encore une meilleure rémunération pour les éleveurs français. Nous avons donc établi un plan d'amélioration qualité transverse et ambitieux pour revisiter une grande partie des produits à nos marques et répondre rapidement à leurs attentes, le tout à prix accessibles » indique Thierry Cotillard, président d'Intermarché et Netto.

* Dans la limite de quantification, selon une liste de molécules définie par filière et selon des seuils analytiques établis.

À propos d'Intermarché

Avec 1 832 points de vente Intermarché en France (déclinés en 4 formats : super, contact, express, hyper), l'enseigne au modèle unique de "Producteurs & Commerçants" est le 2e distributeur indépendant de l'Hexagone. Intermarché et Netto (295 points de vente en France) sont des enseignes du Groupement Les Mousquetaires. Le "mieux produire" et le "mieux manger" sont deux "combats" dans lesquels Intermarché s'engage : "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.

À propos du Groupement Les Mousquetaires

Avec près de 4 000 points de vente en Europe et un chiffre d'affaires de 45,33 milliards d'euros en 2019, le Groupement Les Mousquetaires est l'un des acteurs majeurs de la grande distribution. Créé en 1969, le Groupement rassemble plus de 3 000 chefs d'entreprise indépendants et 150 000 collaboratrices et collaborateurs. Les enseignes du Groupement sont Intermarché, Netto (alimentaire) ; Bricomarché, Brico Cash et Bricorama (bricolage) ; Roady, Rapid Pare-Brise, American Car Wash et Izyscoot (mobilité). Avec 62 sites de production tous situés dans l'Hexagone et son positionnement "Producteurs & Commerçants", le Groupement est le 4e acteur agroalimentaire en France. Les Mousquetaires disposent aussi de leur propre logistique intégrée et d'une foncière immobilière intégrée, IMMO Mousquetaires. Outre la France, les Mousquetaires sont présents en Belgique, Pologne et Portugal. Pour plus d'informations, veuillez consulter <http://www.mousquetaires.com> et @mousquetairesfr

Contact Presse : SOURCE RP

Charlotte Rabilloud - 06 62 03 28 34 / 01 85 78 66 32 : charlotte@source-rp.com

Michelle Kamar - 06 09 24 42 42 / 01 85 78 66 31 : michelle@source-rp.com