

Communiqué de presse

Bondoufle, 15 avril 2021

« Top Budget », la marque premier prix d'Intermarché, se modernise pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs

Créée en 2003 par Intermarché, la marque premier prix « Top Budget » est présente dans tous les rayons de l'enseigne. Avec plus de 600 références à son actif, aussi bien alimentaires que non alimentaires, « Top Budget » répond aux besoins quotidiens des Français en alliant qualité et moindre coût. Parce que les attentes des consommateurs évoluent et que le pouvoir d'achat est au centre de leurs préoccupations, Intermarché a engagé, l'année dernière, un changement d'identité de la marque. Ce travail passe par plusieurs leviers : l'optimisation de l'assortiment, la reformulation de certaines recettes, la présence du Nutri-Score ainsi que le relifting du logo et du packaging. Une campagne de communication nationale est prévue en avril pour annoncer la modernisation de la marque et le changement qui s'opère déjà en magasin.

Une identité visuelle attractive et une gamme optimisée

Afin de gagner en visibilité dans les linéaires, le logo et le packaging de la marque ont été retravaillés. Avec un fond blanc et une entrée par la dénomination du produit, la nouvelle identité graphique de « Top Budget » se veut épurée, plus moderne et attractive afin de faire la différence dans les rayons. Pour plus de pertinence, Intermarché a aussi procédé à une sélection de la gamme en conservant uniquement les produits les plus plébiscités par les clients. L'enseigne a ainsi resserré son offre à 287 références alimentaires, contre 300 auparavant.

« Avec la marque « Top Budget », nous prouvons que moins cher ne doit pas être synonyme de moins. En modernisant « Top Budget », nous souhaitons démontrer que les marques dites « premiers prix » peuvent aussi être attrayantes et gages de qualité. Le combat du prix est dans notre ADN depuis toujours et la crise sanitaire nous a rappelé à quel point il est nécessaire de soutenir le pouvoir d'achat des Français. Avec « Top Budget » nous voulons proposer une alternative prix à tous les consommateurs qui en ont besoin », indique Vincent Bronsard, président d'Intermarché et de Netto.

Le choix de la qualité nutritionnelle et de l'information

Depuis plus d'un an, Intermarché a engagé un chantier de « Reformulation des recettes » de ses MDD afin d'en améliorer la qualité nutritionnelle et de supprimer 140 additifs toujours autorisés mais « controversés ». « Top Budget » ne fait pas exception et entend aussi optimiser la composition de ses produits. À date, la marque a déjà revu 33 références comme le hachis Parmentier pour lequel les carmins, la lutéine et le rocou ont été supprimés. La composition de la limonade a aussi été révisée en remplaçant l'aspartame par du sucralose. Ces deux références sont Nutri-Score B. Enfin, dans un souci d'information et de transparence, « Top Budget » valorise l'étiquetage nutritionnel en apposant sur tous ses produits le Nutri-Score et les ingrédients français.



À propos du Groupement Les Mousquetaires

Avec près de 4 000 points de vente en Europe et un chiffre d'affaires de 46,3 milliards d'euros en 2020, 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 et Netto (alimentaire) ; Bricomarché, Brico Cash et Bricorama (bricolage) ; Roady et Rapid Pare-Brise (mobilité). Avec 59 sites de production, tous situés dans l'Hexagone, et son positionnement "Producteurs & Commerçants", le Groupement est aussi un acteur majeur du secteur agroalimentaire en France. Les Mousquetaires disposent aussi de leur propre logistique intégrée et d'une foncière immobilière, IMMO Mousquetaires. Outre la France, les Mousquetaires sont présents en Belgique, Pologne et au Portugal. Pour suivre nos actualités : [Groupement Les Mousquetaires](#) - [Espace journaliste](#) - [@mousquetairesfr](#)

À propos d'Intermarché

Avec 1 840 points de vente Intermarché en France (déclinés en 4 formats : super, contact, express, hyper), l'enseigne au modèle unique de "Producteurs & Commerçants" est le 2^e distributeur indépendant de l'Hexagone. Intermarché et Netto (302 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. Pour en savoir plus : [Intermarché](#) - [@intermarche](#)

Contacts 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