



Communiqué de presse

Bondoufle, le 29 juin 2022

Netto renforce sa marque distributeur sur plus de 2 500 références, l'offre discount la plus large

Netto, l'enseigne hard discount des Mousquetaires, poursuit sa dynamique dans un contexte où, face à la crise du pouvoir d'achat, l'offre discount répond plus que jamais aux attentes des Français. Après les belles avancées de son concept POP, qui conjugue une offre de 4 000 produits pour faire un plein de courses avec du frais discount, du déstockage et des prix imbattables sur 1 000 produits du quotidien, Netto renforce aujourd'hui ses 2 500 produits à marque de distributeur. Objectif : les développer et les relooker pour en faire les portes drapeaux de son concept POP et de ses engagements à proposer une diversité de produits de qualité à prix bas.

La MDD au cœur de l'offre commerciale de Netto

Représentant près de 70% des produits disponibles en rayon, la marque de distributeur Netto est aujourd'hui davantage plébiscitée par les clients, dont les exigences en termes de pouvoir d'achat sont plus fortes. Alliant diversité, qualité et prix, ces produits sont l'une des forces de l'offre commerciale de l'enseigne, qui peut, grâce au large choix qu'elle propose, assurer un réel plein de courses à ses clients.

« Notre marque de distributeur Netto est l'un des piliers de notre modèle économique et commercial. Nous proposons à nos clients une offre complète de produits à marque Netto ; les essentiels du quotidien, en passant par des AOP, des produits bio ou encore des produits gourmands, en grande majorité fabriqués en France et surtout toujours à prix bas. Aujourd'hui notre volonté est de renforcer notre marque Netto en continuant de développer de nouvelles références pour atteindre dans nos rayons d'ici fin 2023, près de 3 000 produits à marque Netto. En parallèle, le chantier de refonte de nos packagings est lancé, pour faire de ces produits, les emblèmes de notre concept Pop et de nos engagements auprès du consommateur. » annonce Pascal Rossato, Président de l'enseigne, et chef d'entreprise d'un point de vente Netto à Prévessin (01).

De nouveaux packagings pour renforcer la lisibilité des engagements Netto

Avec 302 points de vente en France, Netto s'impose comme le seul hard discount alimentaire français. Cet ancrage lui permet aujourd'hui de proposer une offre de plus de 80% de produits à marque Netto fabriqués en France, plus de 40 références de produits terroirs et régionaux ou encore, en réponse aux attentes des consommateurs, un large choix de références bio. Netto mise sur l'attractivité et la modernité de son concept POP, pour retravailler l'intégralité des packagings de ses produits MDD d'ici fin 2023.



« Le chantier que nous avons engagé depuis quelques mois, nous a déjà permis de retravailler 1 300 packagings dont environ 600 références sont déjà arrivées en points de vente. Nous voulions réaffirmer, aux côtés de nos engagements pour des prix bas, les bénéfices directs de nos différentes gammes de produits MDD, le tout aux couleurs de notre concept POP. Les packagings de nos produits restent le meilleur moyen de garder le lien avec nos clients, jusqu'à leur cuisine » précise Pascal Rossato. Pour illustrer le nouvel élan sur sa marque de distributeur, Netto lance, le 28 juin, une nouvelle campagne de communication 360 avec un film VOL, de la presse, de la radio et un dispositif digital. Une campagne incarnée par la signature de l'enseigne : « *On gagne tous à payer moins cher* ». Cette nouvelle campagne est une dose d'optimisme, représentative de l'enseigne et de ses points de vente.

À propos du Groupement Les Mousquetaires :

Avec près de 4 000 points de vente en Europe et un volume d'affaire de 50,542 Mrds € avec carburant en 2021, 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, Bricorama et Bricoprivé.com (bricolage) ; Roady et Rapid Pare-Brise (mobilité). Outre leur logistique intégrée et leur foncière, les Mousquetaires disposent d'une soixantaine de sites de production agroalimentaires, tous situés dans l'Hexagone. Les Mousquetaires déploient aussi leurs enseignes en Belgique, au Portugal et en Pologne.

Pour suivre l'actualité du Groupement : www.mousquetaires.com ou @mousquetairesfr

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