

**Pouvoir d'achat : la réponse d'Intermarché,  
l'enseigne *Producteurs & Commerçants*,  
avec "500 produits anti-inflation" à marques de distributeur  
et le "marché anti-inflation" de produits frais traditionnels**

Seule enseigne à disposer de 56 usines agroalimentaires, toutes situées en France, et de sa propre flotte de pêche, Intermarché s'appuie sur ses atouts de *Producteurs & Commerçants* pour rendre les produits du quotidien toujours plus accessibles. Intermarché lance aujourd'hui une puissante campagne pour proposer à ses clients « 500 produits anti-inflation » du quotidien à ses marques de distributeur dont 30 références de ses rayons traditionnels. L'enseigne proposera aussi, chaque semaine, une sélection de 3 produits frais traditionnels, viande, poisson, fruit ou légume – à prix défiant toute concurrence.

**"500 produits anti-inflation" à nos marques de distributeur au meilleur prix**

Intermarché lance aujourd'hui une vaste campagne qui propose à ses clients « 500 produits anti-inflation » pour lutter contre la vie chère et répondre à leurs besoins. Une sélection large de 470 produits à ses marques ainsi que, pour encourager le « mieux manger », 30 produits frais des rayons traditionnels – viande, poisson, fruit ou légume. C'est grâce à ses propres usines et à son travail de compression des marges, qu'Intermarché peut proposer à ses clients des produits à ses marques de distributeur à prix accessibles.

Parmi les plus emblématiques, on peut citer « Pâturages » pour les produits laitiers, « Monique Ranou » pour les produits charcutiers et traiteurs, « Paquito » pour les produits à base de fruits ou encore « Chabrior » pour les produits céréaliers. Les 56 unités de production agroalimentaires du Groupement Les Mousquetaires sont toutes situées en France, organisées en 6 pôles (Bœuf, Porc, Mer, Saveurs, Végétal, Circulaire) comptant 11 000 collaboratrices et collaborateurs.

**Pour chaque weekend, avec le "marché anti-inflation", des produits frais traditionnels à prix défiant toute concurrence**

Avec, son « marché anti-inflation », pour répondre aux consommateurs en attente de produits frais, Intermarché proposera aussi chaque semaine une sélection de produits traditionnels dans ses rayons boucherie, marée et fruits & légumes. De la viande issue, majoritairement, des unités de production bovines et porcines d'Agromousquetaires – ainsi que du poisson pêché, dans la mesure du possible, par la flotte des Mousquetaires. Là aussi, grâce à ses atouts *Producteurs & Commerçants*, Intermarché allie défense du pouvoir d'achat et accessibilité d'une offre synonyme de « mieux manger » et de qualité nutritionnelle.

Pour Thierry Cotillard, président du Groupement Les Mousquetaires, « *Nous échangeons, et échangerons encore demain de manière constructive, avec le Ministre de l'Économie Bruno Le Maire et la Ministre du Commerce Olivia Grégoire sur les solutions qui aideront les Français à faire face au choc de l'inflation qui percute leur pouvoir d'achat. Le lancement de nos "500 produits anti-inflation" et de notre "marché anti-inflation" fait partie des dynamiques indispensables que tous les acteurs responsables se doivent d'accélérer au service du pouvoir d'achat des consommateurs et de notre économie* ».

« Nous continuons d'affirmer notre combat contre la vie chère en renforçant notre dispositif anti-inflation autour de plusieurs volets. À côté de notre communication accrue sur nos "500 produits anti-inflation" et les trois produits frais traditionnels à prix défiant toute concurrence que nous proposerons chaque semaine, notre programme de fidélité propose à nos clients des avantages-carte allant jusqu'à 10 % de réduction dès la 4e visite sur plus de 1 800 produits à nos marques distributeur Pâturages, Monique Ranou, Paquito et Chabrior. Intermarché propose aussi des avantages aux familles "petits budgets" et aux familles nombreuses. » précise Christophe Chineau, Président d'Intermarché et Netto.

## Une campagne de communication massive

Pour sensibiliser les consommateurs aux « 500 produits anti-inflation » et au « marché anti-inflation », la campagne de communication se déploiera massivement sur l'ensemble des médias et réseaux (TV et VOL, PQN, PQR, Radio nationale, display & réseaux sociaux, etc.).

## Et, pour Netto, toujours "1 000 produits à prix imbattables"

Les 306 Netto de France associent les avantages du supermarché de proximité aux fondamentaux du discount. Netto propose toute l'année à ses clients 1 000 produits à prix imbattables, références identifiées comme les moins chères du hard discount, dont la liste est disponible sur <https://www.netto.fr>. Netto renforce son offre en proposant aussi, à partir du jeudi 09 mars, deux offres hebdomadaires en produits frais traditionnels.

### À propos du Groupement Les Mousquetaires

À la tête de leurs points de vente indépendants, présents dans plus de 1 700 des 2 000 cantons de l'Hexagone, des plus ruraux aux plus urbains, les 3 000 chefs d'entreprise Mousquetaires forment un collectif d'entrepreneurs engagés dans le tissu socio-économique de leurs territoires. Pour faire face aux besoins de leurs 7 enseignes Intermarché, Netto (alimentaire) ; Bricomarché, Brico Cash, Bricorama (équipement de la maison) ; Roady et Rapid Pare-Brise (mobilité), les Mousquetaires disposent de leurs propres services d'appui, de leurs bases logistiques et de 56 usines agroalimentaires, toutes situées en France. Créé en 1969, le Groupement Les Mousquetaires emploie 150 000 salarié(e)s au service de la performance de plus de 3 100 points de vente de proximité en France. Les Mousquetaires déploient aussi leurs enseignes en Belgique, Pologne et Portugal. Pour en savoir plus [www.mousquetaires.com](http://www.mousquetaires.com)

### À propos d'Intermarché et Netto

Avec plus de 1 860 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 s'engage contre la vie chère et pour le "mieux manger" en proposant des produits sains et accessibles issus, pour nombre d'entre eux, des 56 unités de productions d'Agromousquetaires, toutes situées en France et organisées en 6 pôles (Bœuf, Porc, Mer, Saveurs, Végétal, Circulaire). Intermarché offre une large gamme de produits, que l'enseigne améliore continuellement pour proposer des produits toujours plus sains et responsables, grâce à ses marques de distributeur alimentaire et non alimentaire dont les plus emblématiques sont : Pâturages (produits laitiers), Monique Ranou (charcuterie et traiteur), Paquito (fruits), Chabrior (céréales et biscuits), Saint-Eloi (légumes), Fiorini (saveurs italiennes), Bouton d'Or (surgelés, snacks et condiments), Odyssée (poisson), Expert club (vins du terroir français), Itinéraire des Régions (spécialités culinaires de nos régions), Pommette (produits bébés), Labell (hygiène et beauté), Apta (produits d'entretien) et Canailou (animaux). Pour en savoir plus [www.intermarche.com](http://www.intermarche.com)

Avec 306 points de vente en France (dont près de la moitié au nouveau concept POP/ Prix Optimisme Plaisir), Netto s'impose comme le seul hard discounter alimentaire français. Cet ancrage lui permet aujourd'hui de proposer 80% des produits à marque Netto fabriqués en France, au sein d'une offre de 4 000 produits pour faire le plein de courses avec du frais discount, des prix imbattables pour 1 000 produits du quotidien et un espace déstockage. Pour en savoir plus <https://www.netto.fr>

### Contact Presse : SOURCE RP

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

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