

La lutte contre la vie chère : un combat qui reste prioritaire pour Intermarché en 2024

En cette nouvelle année, Intermarché réaffirme son engagement continu dans la lutte contre la vie chère avec le lancement de sa campagne « *Quand on vous dit qu'on est contre la vie chère* ». Consciente des préoccupations liées au pouvoir d'achat et au mieux manger, l'enseigne prend des mesures audacieuses dès le début de 2024. Une offre de 1 000 produits pouvoir d'achat avec des prix en baisse, chaque semaine des produits frais à prix défiant toute concurrence et des promotions et avantages fidélité allant jusqu'à 90% sur les produits droguerie, parfumerie et hygiène (DPH).

**1000 PRODUITS
CONTRE LA
VIE CHÈRE**



1 000 produits essentiels contre la vie chère

Avec cette initiative, Intermarché permet aux clients de faire l'intégralité de leurs courses au meilleur prix grâce à une sélection de 1 000 produits de marque distributeur Intermarché indispensables au panier des consommateurs. Intermarché s'engage à maintenir des prix compétitifs avec, sur ces 1 000 produits, des prix en baisse tels que le cabillaud pané surgelé en baisse de 25%, le cordon bleu en baisse de 17%, le jus d'ananas 1L en baisse de 29% ; et ceci sans jamais rogner sur la qualité et en veillant à maximiser la production et la matière première française. Pour ce faire, Intermarché s'appuie sur les atouts de son modèle unique en France de Producteurs & Commerçants puisque c'est la seule enseigne à disposer de ses propres usines agroalimentaires et de sa flotte de pêche.

Du pouvoir d'achat sur les produits frais

En parallèle, Intermarché met le mieux manger à la portée de tous en poursuivant son « Marché contre la vie chère » et donne rendez-vous aux consommateurs tous les jeudi/vendredi/samedi en proposant des produits frais à des prix défiant toute concurrence sur des articles de poissonnerie, boucherie, fruits & légumes, charcuterie, fromage, boulangerie/viennoiserie. Par exemple cette semaine, l'enseigne propose le lot de 7 kiwis verts origine France à 1,96€ le lot soit 0,28€ pièce, les moules de Hollande à 2,99€ le kg, le filet de 5 kg de pommes de terre origine France à 2,89€ le filet soit 0,58€/kg. Tous les jours de la semaine, l'enseigne continue de proposer le filet de poisson sauvage et le steak haché à moins de 10€ le kg. Les détenteurs de la carte de fidélité profitent également d'un avantage de 10% sur les fruits & légumes frais tous les week-ends.

Promotions intenses sur la DPH

Par ailleurs, Intermarché anticipe la mise en vigueur de la loi Descrozaille en mars 2024 qui va contraindre l'ensemble des distributeurs à plafonner à 34% les promotions sur les produits non alimentaires dit de consommation courante. Depuis le 27 décembre, Intermarché a lancé une série de promotions exceptionnelles sur la droguerie, la parfumerie, et l'hygiène pour les mois de janvier et février. Les clients pourront bénéficier d'offres exclusives, notamment des réductions de 90% en

avantage sur la carte de fidélité sur des produits tels que le gel douche Tahiti, et les tablettes lave-vaisselle Sun...

« Nous sommes déterminés à offrir des solutions concrètes pour renforcer le pouvoir d'achat de nos clients et les aider à mieux manger au quotidien. Notre combat contre la vie chère se situe aussi au niveau des produits d'hygiène qui pèsent sur les dépenses des ménages. Les nouvelles contraintes réglementaires vont fortement impacter notre force de frappe à partir du mois de mars. Il nous semblait donc essentiel de proposer des offres impactantes à nos clients avant leurs mises en application. » ajoute Christophe Chineau, Président d'Intermarché et Netto.

À propos du Groupement Les Mousquetaires

Créé en 1969, le Groupement Les Mousquetaires rassemble plus de 3 000 chefs d'entreprise indépendants et 150 000 salarié(e)s au service de la performance de près de 4 000 points de vente de proximité en France, Belgique, Pologne, Portugal. À la tête de leurs points de vente, les chefs d'entreprise Mousquetaires forment un collectif d'entrepreneurs impliqués dans le tissu socio-économique de leurs territoires. Pour faire face aux besoins des enseignes Intermarché, Netto (alimentaire) ; Bricomarché, Brico Cash, Bricorama (équipement de la maison) ; Roady et Rapid Pare-Brise (mobilité), le Groupement dispose de ses propres services d'appui (bases logistiques intégrées, services d'achat, foncière...), ainsi que d'un pôle agroalimentaire de près de 60 usines, toutes situées en France. Pour en savoir plus Mousquetaires.com [X Mousquetaires](#)

Contacts presse : Les Mousquetaires

Service presse - presse@mousquetaires.com

Michelle Kamar - 06 09 24 42 42 - michelle@source-rp.com

Charlotte Rabilloud - 06 62 03 28 34 - charlotte@source-rp.com