

Intermarché vise 40% de parts de marché pour ses produits à Marque De Distributeur d'ici fin 2026

Avec son statut unique de « Producteurs & Commerçants », le Groupement Les Mousquetaires a fait de ses Marques De Distributeurs (MDD) de solides éléments de différenciation pour les clients d'Intermarché, en quête de produits de qualité au meilleur prix. Fort du succès grandissant des MDD et de leur ancrage toujours plus fort dans les habitudes de consommation, Intermarché se donne pour ambition de faire de ses marques propres des leviers de croissance à part entière. D'ici fin 2026, l'enseigne vise 40% de parts de marché (soit une croissance de 2 Mrds € CA supplémentaires) pour les produits de ses marques propres, contre 35,3% actuellement.

La MDD au cœur d'une stratégie axée sur la différenciation et l'image-prix

Engagé depuis plus de 50 ans pour permettre aux Français de Mieux manger au Meilleur prix, Intermarché a su faire de ses marques propres telles que Monique Ranou, Pâturages, Paquito etc. des références en termes de positionnement et image qualité/prix. Les produits MDD Intermarché sont un levier de croissance et permettront de faire d'Intermarché une enseigne destination.

L'enseigne entend accentuer sa différenciation en renforçant le positionnement de ses MDD sur la qualité et le prix. Pour cela, Intermarché s'appuie sur les valeurs de l'enseigne et l'expertise de ses marques. Elle harmonisera et modernisera progressivement les emballages de ses 9 500 produits à marques propres afin d'en faciliter l'identification, l'affiliation à l'enseigne et renforcer le lien avec son statut de « Producteurs & Commerçants » ; gage de produits de qualité au meilleur prix grâce à ses 56 usines partout en France. Ces produits MDD bénéficieront également d'un plan média spécifique qui sera déployé en TV/Radio/Presse dès janvier 2025.

Concrètement :

- 350 références seront disponibles dès le mois de mars 2025,
- 1 400 références disponibles en septembre 2025.

Une gamme étoffée pour élargir l'offre en points de vente

En 2025, Intermarché enrichira son assortiment avec le lancement de 350 nouvelles références sur tous les rayons, notamment en Epicerie et DPH (Droguerie Parfumerie Hygiène), tout en renouvelant les gammes et recettes de produits frais et liquides. Dès février 2025, Intermarché proposera à ses clients des produits jusqu'alors quasi-exclusivement proposés par des marques nationales ou des artisans : de la brioche tressée façon Babka et une boisson non alcoolisée à base d'extrait de gingembre (Ginger Beer).

Intermarché poursuivra dans le même temps la reformulation de ses recettes, initiée il y a 4 ans, pour répondre aux attentes clients en termes de qualité mais aussi sur le plan environnemental et sociétal, tout en continuant d'innover et de proposer de nouveaux produits. Depuis 2019, le Groupement a retravaillé plus de 900 recettes de produits existants afin d'en améliorer leur composition et, par conséquent, leur Nutriscore.

« Agromousquetaires, notre pôle agroalimentaire, est aujourd’hui le 1^{er} fabricant de MDD en France. Maillon essentiel entre le monde agricole et les points de vente Intermarché et Netto, il garantit la traçabilité et la qualité de nos produits au prix le plus juste. C’est notre arme de différenciation, qui va faire d’Intermarché une enseigne de destination portée par la qualité de ses MDD. » déclare Thierry Cotillard, président du Groupement Les Mousquetaires.

« Renforcer notre stratégie MDD, c’est renforcer notre image prix pour rester compétitif, moderniser nos gammes de produits et répondre aux attentes croissantes de nos consommateurs. Nos MDD sont également la pierre angulaire de la croissance de l’enseigne. Elles représentent 35,3% du chiffre d’affaires d’Intermarché en 2024. Notre ambition est d’atteindre 40% de part de marché pour nos MDD et une croissance de plus de 2 Mrds d’€ de CA supplémentaires d’ici à 2027. Ce virage stratégique va permettre une meilleure visibilité de nos produits et contribuer à asseoir notre leadership. » explique Jean-François Soudais, Vice-Président d’ITM Alimentaire.

« Nous sommes fiers d’afficher notre logo Intermarché sur nos produits. 9 500 produits MDD seront aux couleurs d’Intermarché d’ici 2027 dont 350 produits dès mars 2025, et plus de 350 références viendront étoffer nos gammes. C’est l’aboutissement de notre singularité, notre véritable différenciation par la qualité et le prix de nos produits, au bénéfice de nos clients. », déclare Nicolas Vajsman, chef d’entreprise Mousquetaires en charge de la Direction MDD.



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 plus 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](https://www.mousquetaires.com) X [Mousquetaires LinkedIn](#) [Instagram](#)

Contact Presse : [SOURCE RP](#)

Service de presse : presse@mousquetaires.com

Michelle Kamar : 01 85 78 66 31 / [06 09 24 42 42](tel:0609244242) - michelle@source-rp.com

Florine Garreau : 01 85 78 66 33 / [06 42 28 40 44](tel:0642284044) - florine@source-rp.com