Swadzim, 21 czerwca 2022 r.

**INTERMARCHÉ Z NOWĄ STRATEGIĄ ROZWOJU MAREK WŁASNYCH**

**Intermarché stale udoskonala swoją ofertę produktów, odpowiadając tym samym na potrzeby klientów. Sieć wdraża nową strategię rozwoju marek własnych, której celem jest stworzenie czytelnego systemu skoncentrowanego na kluczowym obszarze, jakim są kategorie świeże. Nowy, spójny i konsekwentny branding pod parasolem Intermarché obejmuje produkty z takich grup, jak owoce i warzywa, wędliny, ryby, jaja, nabiał czy dania gotowe. Zmiany uwzględniają rozbudowę, modernizację gamy, a także rebranding istniejących produktów.**

**Wiele marek – jedna wielka rodzina**

Kategorie produktów świeżych – zdrowych, wysokiej jakości, ekologicznych czy tradycyjnych i od lokalnych dostawców – to wyróżnik oferty Intermarché, stanowiący ważną część DNA sieci. Nowe marki własne z tego obszaru zostały stworzone w jednym koncepcie i charakteryzują się spójną identyfikacją wizualną opartą na wykorzystaniu dymków dialogowych. W ten sposób staną się one przewodnikiem po kategorii, ułatwiając klientom podejmowanie decyzji zakupowych. Szata graficzna nowych znaków podkreśla indywidualny styl, a także optymistyczny i radosny charakter dokonywania zakupów.

Oferta nowych marek skierowana jest przede wszystkim do osób, które szczególną wagę przywiązują do wysokiej jakości naturalnych produktów, w tym pochodzących od lokalnych producentów. Ulubione świeże owoce i warzywa klienci Intermarché znajdą pod marką „Z Sadów i Pól”, a wędliny, w tym naturalne i oparte na tradycyjnych recepturach – pod nazwą „Prosto z Wędliniarni”. Logotypami „Z Jezior i Mórz” opatrzone są ryby i przetwory rybne, a jaja – znakiem „Jaja z Kurnika”. Produkty nabiałowe dostępne będą pod marką „Z Mlecznej Drogi”, a dania gotowe „Z Dobrej Kuchni”.

**W kierunku świadomości ekologicznej**

Dbanie o środowisko jest jedną z kluczowych wartości sieci. Konsumenci chcą i chętnie segregują odpady, troszcząc się o planetę, lecz nie zawsze mają wiedzę, jak to poprawnie robić. Z tego powodu na etykietach nowych marek Intermarché wprowadzono oznaczenia, które pomogą klientom w prawidłowym segregowaniu odpadów oraz przyczynią się do ich lepszego przetworzenia i ponownego wykorzystania.

*– Marki własne są integralną częścią Intermarché. Dlatego już od marca br. wdrażamy nową strategię ich rozwoju, rozpoczynając zmiany brandingowe od kategorii produktów świeżych – naszego obszaru strategicznego, na którym budujemy ekspercki wizerunek Intermarché. Tworzymy w ten sposób unikalną ofertę, stanowiącą o pozycjonowaniu i wyróżnianiu się naszej sieci. Rynek marek własnych dynamicznie się rozwija – i trend ten jest widoczny również w naszej sieci. Aby utrzymać to tempo, planujemy wprowadzić w tym roku kilkadziesiąt nowych produktów, które planowo przechodzą przez cykliczne badania laboratoryjne dla potwierdzenia jakości, oraz badania konsumenckie w celu uzyskania obiektywnych wskazówek od klientów. Co najważniejsze, zapewniamy konkurencyjne ceny, dbając o to, by nasze nowe produkty były dostępne w cenie swoich odpowiedników w dyskontach –* **mówi Tomasz Waligórski, Dyrektor Generalny Intermarché.**

**Informacje o Grupie Muszkieterów w Polsce**

Grupa Muszkieterów jest zrzeszeniem blisko 500 niezależnych polskich przedsiębiorców zarządzających supermarketami spożywczymi Intermarché oraz supermarketami typu „dom i ogród” Bricomarché. W 2021 r. obroty Grupy Muszkieterów wyniosły blisko 8,9 mld złotych. Wyznaczaniem kierunków strategicznych obu sieci zajmuje się spółka ITM Polska. Grupa Muszkieterów jest regularnie nagradzana w licznych konkursach i rankingach, m.in. na Liście 2000 dziennika „Rzeczpospolita”, czyli w zestawieniu największych firm w Polsce (56. pozycja w 2021 r.), w rankingu „Top 500 CEE” przygotowywanym przez „Rzeczpospolitą” we współpracy z firmą Coface (98. miejsce w 2021 r.), w rankingu „1000 największych firm w Polsce” „Gazety Finansowej” (47. miejsce w 2020 r.), w zestawieniu „Najwięksi money.pl” (48. pozycja w 2021 r.) czy w rankingu „30 najpopularniejszych franczyz” magazynu „Franczyza & Biznes” (16. miejsce w 2021 r.). Muszkieterowie są obecni w 4 krajach Europy: Polsce, Francji, Belgii i Portugalii.

Więcej informacji o Grupie Muszkieterów, Intermarché oraz Bricomarché w Polsce znajduje się na stronach: www.muszkieterowie.pl, [www.intermarche.pl](http://www.intermarche.pl) i [www.bricomarche.pl](http://www.bricomarche.pl).

**Dodatkowych informacji udziela:**

Eliza Orepiuk-Szymura

Dyrektor ds. Komunikacji i Informacji

ITM Polska sp. z o.o., ul. Św. Mikołaja 5,

Swadzim, 62-080 Tarnowo Podgórne
tel. 61 665 12 09

e-mail: eorepiuk@mousquetaires.com