

Face aux conséquences du Covid-19, Intermarché soutient les ostréiculteurs et les producteurs de Bleu d'Auvergne AOP

Confronté aux conséquences du confinement, l'ensemble du monde agricole s'organise pour faire face à la crise. Intermarché s'engage auprès des interprofessions en identifiant chaque semaine des filières en besoin de soutien. L'enseigne développe aussi, pour chacune d'entre elles, une campagne médias visant à éveiller l'intérêt des consommateurs et à soutenir les achats.

Les ostréiculteurs durement impactés par la crise sanitaire

Suite aux fermetures des restaurants, et plus largement au confinement instauré dans le pays, les ostréiculteurs français peinent à trouver les débouchés nécessaires pour écouler leur production. L'interprofession alerte les acteurs du secteur. D'après les Comités régionaux de la conchyliculture, le chiffre d'affaires des ostréiculteurs de Nouvelle-Aquitaine aurait chuté d'au moins 80 % depuis le début de la crise. Après le norovirus qui a sévi durant les fêtes de fin d'année 2019, la filière doit donc faire face à cette nouvelle crise sanitaire.

Pour contribuer à redynamiser l'activité, Intermarché s'engage aux côtés des ostréiculteurs, en mettant en avant, cette semaine, des bourriches N°3 de 2 kg, proposées à un prix de vente au minimum légal* afin d'offrir des débouchés à un maximum de volumes. Ces huîtres viennent de Marennes-Oléron (IGP), de Bretagne, de Normandie, de Bouzigues, ou encore d'Arcachon. Plusieurs ostréiculteurs bénéficieront directement de cette opération.

Les fromages AOP, toujours en grande difficulté

Avec le confinement, les ventes de fromages d'appellation d'origine protégée (AOP) ont chuté en moyenne de 60%, alerte le CNAOL (Conseil National des Appellations d'Origine Laitière). Si un léger rebond est observé depuis quelques jours, leurs ventes comme leur production restent faibles. Les fromages AOP d'Auvergne sont particulièrement concernés par cette récession. « *Nous ne produisons encore que 20% du Bleu d'Auvergne* » précise Michel Lacoste, président du CNAOL et producteur de lait dans le Cantal (15). Une conséquence directe des nouvelles habitudes des consommateurs qui, en cette période de crise, favorisent les produits utilitaires et de première nécessité, au détriment des achats plaisir.

Face à cette situation, Intermarché se mobilise aussi auprès des producteurs de fromages auvergnats et encourage les Français à en consommer. L'enseigne valorise cette semaine le Bleu d'Auvergne AOP, également affiché à un prix de vente au minimum légal*. Ce Bleu D'Auvergne AOP est fabriqué par la Société Fromagère du Livradois située à Fournols dans le Puy-de-Dôme (63), au plein cœur du parc naturel régional du Livradois Forez. Grâce à cette opération, environ 110 producteurs seront ainsi soutenus. La campagne médias actuellement mise en place contribuera à la prise de conscience des Français et à communiquer ce message de solidarité vis-à-vis des producteurs de fromages de terroirs.

« Il est primordial qu'une enseigne comme Intermarché soit aux côtés des producteurs français en temps de crise. Avec ces initiatives, nous souhaitons montrer au plus grand nombre l'importance d'acheter des denrées alimentaires issues de filières agricoles françaises. Par ce geste, les consommateurs aident les producteurs. Et, par la même occasion, consomment des produits sains, savoureux et de qualité. Certaines filières sont en grande détresse, c'est le cas de la filière ostréicole. À cause du Covid-19, certains ostréiculteurs ont perdu 80 % de leur chiffre d'affaires et n'ont pas la garantie de pouvoir écouler toute leur production cette année. Nous sommes à leurs côtés afin de leur trouver les débouchés nécessaires. Nous avons, par exemple, acheté plus de 30 tonnes d'huîtres françaises calibre 3 pour les vendre, cette semaine, dans nos rayons. Comme Producteurs & Commerçants, nous avons un rôle majeur à jouer pour assurer la stabilité et la pérennité du monde agricole français durant cette période compliquée » indique Stéphane de Fontenay, chef d'entreprise Intermarché en charge du commerce de l'enseigne.

À propos d'Intermarché

Avec 1 832 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 et Netto (295 points de vente en France) sont des enseignes du Groupement Les Mousquetaires. Le "mieux produire" et le "mieux manger" sont deux "combats" dans lesquels Intermarché s'engage : "Mieux produire", c'est soutenir une production française et responsable. "Mieux manger", c'est aider les Français à manger un peu mieux tous les jours. Pour en savoir plus : [Intermarché](#) - [@intermarche](#)

À propos du Groupement Les Mousquetaires

Avec près de 4 000 points de vente en Europe et un chiffre d'affaires de 45,33 milliards d'euros en 2019, 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 et Bricorama (bricolage) ; Roady, Rapid Pare-Brise, American Car Wash et Izyscoot (mobilité). Avec 62 sites de production tous situés dans l'Hexagone et son positionnement "Producteurs & Commerçants", le Groupement est le 4e acteur agroalimentaire en France. Les Mousquetaires disposent aussi de leur propre logistique intégrée et d'une foncière immobilière intégrée, IMMO Mousquetaires. Outre la France, les Mousquetaires sont présents en Belgique, Pologne et Portugal. Pour en savoir plus : [Espace journaliste](#) - [@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