

**À l'occasion des 16^{es} de finale de la Coupe de France,
Intermarché soutient les clubs de football amateurs qui, dans le cadre de la
compétition, rencontrent un club professionnel**

En cette période de crise sanitaire et dans ce contexte difficile pour les activités sportives, l'enseigne Intermarché est engagée aux côtés de plus de 5 000 clubs sportifs. L'édition 2020-2021 de la Coupe de France de Football se tient donc dans un contexte inédit, avec l'ensemble des matchs qui seront tenus à huis clos. Ces rencontres sont habituellement une occasion unique pour le club amateur de faire recette en recevant une équipe professionnelle et de créer l'événement. Pour compenser le manque à gagner engendré par la fermeture des stades au public, Intermarché lance une billetterie virtuelle qui reversera aux clubs amateurs confrontés à des équipes professionnelles, les sommes récoltées.

Une démarche au cœur des problématiques des clubs amateurs

Consciente des difficultés économiques rencontrées par les clubs de football amateurs, l'enseigne Intermarché lance cette opération de billetterie virtuelle pour permettre aux passionnés du ballon rond de soutenir les clubs amateurs accueillant un club professionnel et de créer l'événement localement malgré le contexte sanitaire.

Après avoir soutenu l'AS Saint-Amand, le RC Labourse, l'UF Maconnais et la Saint-Colomban Locminé lors des premiers tours de Coupe de France avec l'opération « Match de Rêve Intermarché », Intermarché poursuit son action et propose cette opération à l'occasion des 16^{es} de finale, qui se tiendront les 6 et 7 mars prochains. Les supporters mais également les fans de foot auront la possibilité d'acheter des billets virtuels à 5€ l'unité sur une plateforme en ligne déployée pour l'occasion : <https://matchdereveintermarche.com/>

L'intégralité de la somme récoltée grâce à l'achat des billets virtuels sera reversée aux clubs qui ont souhaité participer à l'opération. Un jeu concours avec tirage au sort viendra compléter cette opération avec des lots à gagner pour le grand public. En parallèle, une campagne publicitaire d'envergure sera déployée au national pour sensibiliser le grand public à cette opération.

« Depuis le début de cette crise sanitaire, Intermarché se mobilise aux côtés de différents acteurs économiques : producteurs agricoles français, commerçants, étudiants... Aujourd'hui c'est auprès de clubs amateurs de football que nous avons décidé d'agir, en soutien à ce sport populaire et avec lequel nous partageons les valeurs d'entraide et d'esprit d'équipe. Avec la mise en place de cette billetterie virtuelle, les clubs amateurs concernés peuvent alors espérer récupérer une partie des recettes qu'auraient engendrées les matchs s'ils ne s'étaient pas tenus à huis clos » explique Vincent Bronsard, chef d'entreprise Intermarché et Président d'Intermarché et Netto.

À propos du Groupement Les Mousquetaires et d'Intermarché

Avec près de 4 000 points de vente en Europe et un chiffre d'affaires de 46,3 milliards d'euros en 2020, 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 et Rapid Pare-Brise (mobilité). Outre leur logistique intégrée et leur foncière, les Mousquetaires disposent de 59 sites de production agroalimentaires, tous situés dans l'Hexagone, faisant d'Intermarché l'enseigne des "Producteurs & Commerçants". Présents dans l'Hexagone, les Mousquetaires déploient aussi leurs enseignes en Belgique, au Portugal et en Pologne. Pour suivre l'actualité du Groupement : [Mousquetaires.com](https://mousquetaires.com) ou [@mousquetairesfr](https://twitter.com/mousquetairesfr)

Avec 1 840 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. Pour Intermarché, "mieux produire", c'est soutenir une production française et responsable ; et "mieux manger", c'est aider les Français à manger un peu mieux tous les jours.

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