



Communiqué de presse

Bondoufle, le 19 avril 2023

Netto POP, prix imbattables et achats malins : une combinaison qui séduit les consommateurs et une source de performance pour l'enseigne

Après avoir franchi le cap des 150 points de vente transformés au concept POP (« Prix, Optimisme, Plaisir »), Netto confirme la pertinence et la solidité de son dernier concept qui est plus que jamais en adéquation avec les attentes des consommateurs. Dans un contexte de forte inflation, avec un pouvoir d'achat des ménages plus contraint, Netto POP allie discount, qualité et choix, une offre de 4 000 produits pour faire un vrai plein de courses, du déstockage et 1 000 prix imbattables sur des essentiels du quotidien. Avec un chiffre d'affaires en croissance de 8,3 % en 2022, Netto poursuit le déploiement de son concept POP, avec de fortes ambitions dans le Sud-Est de la France et un objectif : transformer, d'ici 2024, ses 300 magasins.

Le « discount positif », une attente forte des clients et une source de performance pour l'enseigne

Lancé en 2019, le concept POP, positionné comme le « discount positif », renforce les fondamentaux de Netto – la défense des prix bas – tout en cassant les codes classiques du discount, avec des points de vente chaleureux, lumineux, un parcours d'achat simplifié et une gamme large et attractive tant en alimentaire qu'en non-alimentaire. Depuis son lancement, Netto POP est source de performance avec une fréquentation clients en hausse de 7 % atteignant près d'un million de clients par semaine, et générant un chiffre d'affaires en hausse de 20 % en moyenne dans les points de vente transformés. Cet engouement a bien entendu incité les chefs d'entreprise indépendants de l'enseigne à accélérer la transition vers le concept POP. À date, la moitié du parc est au concept POP.

« Netto a réalisé une performance inédite en 2022 avec un chiffre d'affaires de 1,367 milliard d'euros, en hausse de 8,3 % par rapport à 2021. Notre dernier concept POP est un succès commercial qui a contribué à ce résultat. Cette croissance se confirme sur ce début d'année 2023 avec + 19 % de chiffre d'affaires au national et 1,4 million de passages caisses supplémentaires en seulement trois mois. Netto incarne le nouveau discount, qui conjugue prix bas et achats malins, une combinaison qui séduit de plus en plus les clients contraints aujourd'hui d'adapter leur choix de consommation en alliant pouvoir d'achat et achat plaisir. Cette dynamique positive va nous permettre de poursuivre la transformation de notre parc et de porter l'ambition d'atteindre les 500 points de vente d'ici 2027 », précise Julien Barboux, Président de Netto et chef d'entreprise Netto à Miramas et Mallemort (13).

Des fortes ambitions de développement dans le Sud-Est de la France

Enseigne française de proximité, Netto accélère le développement de son concept POP dans le Sud-Est de la France avec plus de 60 % de ses points de vente déjà transformés. L'enseigne y compte aujourd'hui une soixantaine de magasins et compte doubler le parc d'ici cinq ans « *La région Sud-Est est la deuxième région pour l'enseigne Netto, représentant 18,5 % du chiffre d'affaires national. Aussi, la région a été particulièrement performante en 2022 et a vu son chiffre d'affaires augmenter de 10,9 %. Le potentiel de développement est très intéressant et nous avons déjà sept créations de Netto prévues sur 2023. Nous faisons le choix d'adapter nos objectifs de développement au potentiel de chaque région. Nous constatons que chaque nouvelle ouverture de Netto trouve sa clientèle en répondant concrètement aux problématiques de pouvoir d'achat pour nos clients qui maîtrisent leur budget tout en se faisant plaisir »,* commente Julien Barboux, Président de Netto.



À propos du Groupement Les Mousquetaires et de Netto

À la tête de leurs points de vente indépendants, présents dans plus de 1 700 des 2 000 cantons de l'Hexagone, des plus ruraux aux plus urbains, les 3 000 chefs d'entreprise Mousquetaires forment un collectif d'entrepreneurs engagés dans le tissu socio-économique de leurs territoires. Pour faire face aux besoins de leurs 7 enseignes, Intermarché, Netto (alimentaire) ; Bricomarché, Brico Cash, Bricorama (équipement de la maison) ; Rody et Rapid Pare-Brise (mobilité), les Mousquetaires disposent de leurs propres services d'appui, de leurs bases logistiques et de 56 usines agroalimentaires, toutes situées en France. Créé en 1969, le Groupement Les Mousquetaires emploie 150 000 salarié(e)s au service de la performance de plus de 3 100 points de vente de proximité en France. Les Mousquetaires déploient aussi leurs enseignes en Belgique, Pologne et Portugal. Pour en savoir plus www.mousquetaires.com
Avec 306 points de vente en France (dont près de la moitié au nouveau concept POP/Prix Optimisme Plaisir), Netto s'impose comme le seul hard discounter alimentaire français. Cet ancrage lui permet aujourd'hui de proposer 80 % des produits à marque Netto fabriqués en France, au sein d'une offre de 4 000 produits pour faire le plein de courses avec du frais discount, des *prix imbattables* pour 1 000 produits du quotidien et un espace déstockage. Pour en savoir plus <https://www.netto.fr>

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

NB : des points de vente Netto POP sont disponibles, partout en France, pour accueillir la visite des journalistes qui souhaiteraient découvrir le concept.