

COMMUNIQUE DE PRESSE

Les produits Sud de France en showroom pour Intermarché

C'est une première : la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée avec Sud de France Développement organise **le 2 mars, de 13 h 30 à 17 h 30**, à l'Altrad Stadium de Montpellier un showroom Intermarché.

L'objectif de ce premier salon Intermarché est de promouvoir les produits et vins régionaux par l'enseigne qui possède le plus grand nombre de points de vente en région.

71 entreprises adhérentes à la marque Sud de France (dont 10 du territoire de l'ex-Midi-Pyrénées) présenteront leurs produits agroalimentaires à la centaine d'acheteurs des magasins Intermarché de la région.

L'offre Sud de France concerne un large éventail de produits : vin (dix entreprises), viandes et salaisons, œufs, produits de la mer, fromages et produits laitiers, plats cuisinés et conserves, huiles d'olive, jus de fruits, épicerie sucrée, épicerie salée.

Cette collaboration débouchera cet été sur la diffusion d'un prospectus commun à tous les Intermarché de la région mettant en avant les produits de la marque Sud de France.

Ce premier showroom est ouvert à la presse qui pourra rencontrer Serge Forte, président des Intermarché pour toute la région Sud Est et Chantal Passat, responsable du département agroalimentaire à Sud de France Développement.

Les produits régionaux, locomotives des grandes surfaces

La marque Sud de France qui garantit la provenance et la qualité des produits intéresse la grande distribution. Ces showrooms qui sont dédiés aux acheteurs de la grande distribution française constituent l'étape fondamentale pour la présence des produits régionaux en grande distribution.

« Pour 1€ investi par la marque Sud de France en grande distribution, c'est 41 € de retour sur investissement pour les entreprises régionales »

Carole Delga, Présidente de la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée

Ces showrooms permettent aux entreprises régionales de présenter leur savoir-faire et leurs gammes de produits pour développer leur chiffre d'affaires dans les différentes enseignes qui mettront en avant les produits régionaux retenus au cours de campagnes de promotion de la marque Sud de France organisées au printemps, en été et à l'automne.

Cette fidélisation des enseignes de la grande distribution à la marque Sud de France est la preuve de l'intérêt des consommateurs pour les produits de la région et de la notoriété de la marque.

En 2016, la marque Sud de France était présente dans 2 992 points de vente, dont 172 en région et 170 à l'international. Au total, ce sont 5 387 actions de marketing qui sont organisées dans ces points de vente pour accroître la visibilité de la marque.

La valorisation régionale est au cœur de la politique des groupes de grande distribution : les produits agroalimentaires régionaux totalisent en 2016 environ 6% des parts de marché des enseignes de la grande distribution.

Contact presse :

Jérôme Bouchindhomme / 04 99 64 29 36

bouchindhomme@suddefrance-dvpt.com

www.sud-de-france.com