



Supermarché Match intensifie ses partenariats avec les producteurs locaux en cette période de confinement.

Chez Supermarché Match, le local, avec la priorité donnée aux circuits courts, figure en tête des engagements de l'enseigne. Par son ancrage territorial fort, Supermarché Match est certainement le plus local des distributeurs. C'est donc tout naturellement que l'enseigne s'engage toute l'année, à privilégier les circuits courts pour proposer à ses clients des produits issus de nos régions.

Actuellement, Supermarché Match travaille main dans la main avec + de 450 producteurs locaux pour la mise en place de + de 4000 partenariats tout au long de l'année.

Depuis le début de la crise du Covid-19 et la période de confinement, certains produits deviennent difficiles à approvisionner. Pour palier aux pénuries et faciliter l'accès à un maximum de produits à leurs clients, les magasins de l'enseigne redoublent d'efforts pour intensifier les partenariats locaux existants, ou même en développer de nouveaux.

Dans le Nord, renouer avec un savoir-faire authentique

Pour approvisionner deux magasins de Douai mais également Fournes en Weppes, Auberchicourt et Ronchin, l'enseigne s'est rapprochée du *Moulin de Waast*, à Mons en Pévèle, dont le meunier a près de 87 ans, pour que les magasins ne soient pas en manque de farine.

Les partenariats locaux s'intensifient également au rayon fruits et légumes

L'enseigne travaille avec l'entreprise Tidélice depuis un an, sur l'ensemble de son réseau de magasins, pour commercialiser des jus de fruits et des soupes, à base de produits BIO et issus d'une agriculture locale.

Depuis le début du confinement, les commandes se sont intensifiées, sans hausse de prix en magasin ni tarifs promotionnels, pour permettre à cette TPE de continuer à vendre ses produits.

C'est également le cas pour **La Préserverie**, nouvelle génération de « conserves » de légumes frais, BIO et de saison, à base de fermentation naturelle. Supermarché Match a maintenu le flux de commandes de cette petite entreprise du Nord, dont le partenariat a débuté il y a tout juste deux mois, donnant ainsi la priorité à une production française issue d'une agriculture durable et responsable.

Supermarché Match est fier d'être aux côtés de ses partenaires, producteurs et fournisseurs, pendant cette crise, en leur permettant de continuer à travailler dans les meilleures conditions. L'enseigne n'a pas hésité à venir en aide à une productrice de fleurs, dans l'est, en la référant pour lui éviter de perdre une partie de sa production, les fleuristes étant fermés en cette période de confinement. Supermarché Match souhaite avant tout, que cette crise ne vienne pas mettre en péril ces petites (souvent très petites) entreprises, avec lesquelles ils avancent main dans la main, tout au long de l'année, pour garantir les meilleurs produits à leurs clients.



Outre ces valeurs humaines que Supermarché Match ne cesse de promouvoir au sein de l'entreprise à tous les niveaux, l'enseigne veille à garantir un approvisionnement en local des supermarchés et peut compter sur la réactivité de ses producteurs pour livrer les magasins.

À Gérardmer, dans le Nord-Est, le magasin a mis en place en octobre 2019 un partenariat avec un producteur d'oeufs situé à 10km du magasin.

Ses poules sont élevées en plein air et nourries sans OGM. Depuis le début du confinement, l'agriculteur est passé d'une livraison hebdomadaire de 4 plateaux de 30 oeufs, à 20 plateaux.

Même fonctionnement avec une productrice de yaourts et de fromages, située à 15km de la ville. La productrice approvisionne elle-même le magasin de Gérardmer 2 fois par semaine (et est en passe de passer à 3 livraisons hebdomadaire) avec 7 références et une quarantaine de produits.

« Il y a une demande spécifique de la part des clients pour ces produits frais et ultra locaux, en magasin mais aussi en drive »

Yan Colas, directeur du magasin de Gérardmer.

Ce soutien aux producteurs locaux s'inscrit depuis toujours dans l'ADN de l'enseigne pour qui, faciliter l'accès à une alimentation saine et savoureuse, demeure au coeur de sa démarche Good Food.

Créée en 1908, l'enseigne Supermarché Match est présente dans le Nord Est de la France avec un parc de 114 magasins, et autant de drives. Elle compte 5300 collaborateurs. L'enseigne est engagée dans le projet GOOD FOOD depuis 2 ans dont l'objectif est de devenir le commerçant préféré d'une alimentation saine et savoureuse pour tous. En 2019, Supermarché Match a souhaité aller plus loin et a pris 5 engagements forts autour du local, de goût, de l'accessibilité, des Hommes, et de la responsabilité.



Affiche que l'entreprise Tidélice a souhaité apposer à ses produits en magasin