

2018



# acteurs d'un développement responsable



RAPPORT  
DÉVELOPPEMENT  
DURABLE

### **3 LES MOUSQUETAIRES**

- 4 Notre approche
- 6 Nos implantations en Europe
- 7 Qui sont les Mousquetaires?
- 8 Notre modèle, le codéveloppement durable
- 9 Notre dynamique d'engagement
- 10 Les enjeux de nos activités

### **12 CONSTRUIRE UNE RELATION FORTE AVEC NOS CLIENTS**

- 13 Nos engagements
- 14 Des filières transparentes & responsables
- 18 Des produits plus sûrs, sains & de qualité

### **20 PORTER UNE ATTENTION CONSTANTE AUX COLLABORATEURS**

- 21 Nos engagements
- 22 La santé & la sécurité au travail
- 24 L'employabilité, la mobilité & le bien-être
- 26 La création d'entreprise

### **28 ÊTRE UN ACTEUR DE PROXIMITÉ RESPONSABLE**

- 29 Nos engagements
- 30 L'économie circulaire
- 36 Le développement économique local
- 38 Contribuer à l'aménagement des territoires
- 40 L'innovation, l'ADN des Mousquetaires
- 42 Encourager la création d'entreprise

### **43 LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS L'EUROPE DES MOUSQUETAIRES**

### **47 NOS PROGRÈS EN 2017**

## CE QUI UNIT LES MOUSQUETAIRES

**Nous ne sommes pas un distributeur comme les autres.**

Nous sommes des entrepreneurs engagés, unis par une vision puissante : celle d'un commerce profitable aux hommes et aux femmes, aux territoires, économe des ressources naturelles, alimenté par des productions durables.

**Producteurs et commerçants responsables,** nous avons pris conscience très tôt, dans nos régions, dans nos métiers, dans nos filières, des défis du développement durable.

**La forte ambition de notre Groupement** en la matière et la mutualisation de nos expertises nous ont permis d'avancer vite pour relever ces défis. Aujourd'hui, notre objectif est d'insuffler cette vision à toutes nos activités.

Nous sommes un Groupement : c'est pourquoi le développement durable est au cœur de notre projet participatif, qui implique nos adhérents, nos collaborateurs et nos consommateurs, nos filières et nos points de vente.

**Chaque jour, tous ces contributeurs font vivre notre projet**

en réduisant notre empreinte environnementale, en accroissant la qualité et la durabilité de nos productions et en contribuant à la vitalité de nos territoires.



**“Notre Groupement de chefs d’entreprise indépendants est un acteur de l’économie qui s’inscrit délibérément dans le long terme”**

**DIDIER DUHAUPAND**

*Président de la Société Les Mousquetaires  
Intermarché Le Cateau (59)*

# “ Travailler sur le long terme est dans l'ADN Mousquetaires

## Y a-t-il une approche du développement durable spécifique aux Mousquetaires ?

2019 sera l'année du Cinquantenaire pour le Groupement Les Mousquetaires. Avec le recul de cinq décennies, il est manifeste que notre Groupement de chefs d'entreprise indépendants est un acteur de l'économie qui s'inscrit délibérément dans le long terme.

N'étant pas cotés en Bourse, nous ne sommes pas soumis au court-termisme qu'imposent parfois les marchés financiers. Implantés dans nos territoires, cultivant la proximité et fervents défenseurs de la libre initiative, nous concourons résolument à leur vitalité en agissant sur les rouages de l'économie. Soucieux d'apporter le mieux-être au plus grand nombre, nous savons que celui-ci passe par des filières qui maîtrisent toute la chaîne de valeur, du mieux produire au mieux manger. Inscrits pour beaucoup d'entre nous dans des logiques d'entreprises familiales, nous sommes attentifs au passage de témoin aux générations suivantes.

Ces intuitions, qui sont à l'origine de notre Groupement en 1969, nous rapprochent de l'ambition initiale du développement durable, énoncée en 1987. Un développement qui se veut à la fois économiquement efficace, socialement équitable et écologiquement soutenable.

## De 1969 à 2019, quelles sont les continuités ?

Entre ces deux dates, la réalité et les prises de conscience ont considérablement évolué. Il s'agit donc de ne pas faire d'anachronismes.

Ce qui n'a pas changé, c'est que nos activités nous mettent à la croisée des défis environnementaux et sociétaux de notre planète, comme commerçants alimentaires et non alimentaires ou comme producteurs agroalimentaires. Du changement climatique à la surpêche, de l'aménagement du territoire au recyclage des déchets, de la sécurité au travail aux problématiques de santé publique, tous ces enjeux nous concernent...

Ce qui n'a pas changé non plus, c'est notre approche pragmatique. Puisque nous maîtrisons nos outils de production et notre logistique, puisque nous côtoyons chaque jour les consommateurs et écoutons leurs attentes, nous pouvons faire évoluer nos pratiques avec une certaine agilité et une vraie capacité à prendre des initiatives.

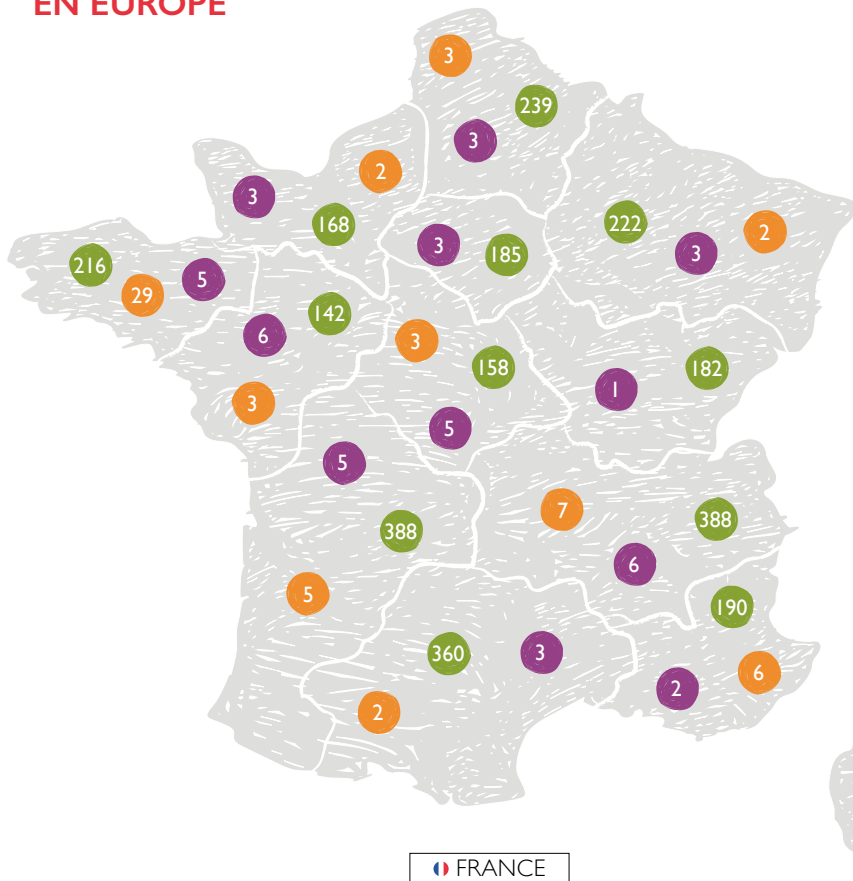
Pour toutes ces raisons, plutôt que de parler de développement durable, je parlerais de codéveloppement durable. Nous le faisons vivre au sein du Groupement et autour de lui, grâce à notre implantation unique au cœur des territoires.

## Quelles perspectives pour demain ?

Le développement durable est progressivement intégré à la vision de nos différents métiers. Toutes nos activités ne sont pas encore au même niveau : l'histoire du Groupement s'écrit tous les jours. Notre démarche de développement durable implique toutes nos enseignes, nos adhérents, nos collaborateurs, nos partenaires et ce, jusqu'à nos clients. C'est en allant aussi loin que nous ferons du Groupement une entreprise responsable de production et de distribution, mais aussi de consommation, durables.



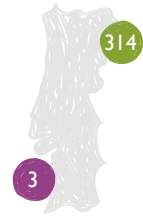
## NOS IMPLANTATIONS EN EUROPE



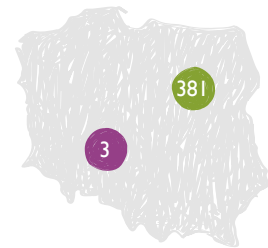
FRANCE



BELGIQUE



PORTUGAL



POLOGNE

**NB** DE POINTS DE VENTE

**NB** DE BASES LOGISTIQUES

**NB** D'UNITÉS DE PRODUCTION

### 4 métiers

- Alimentaire : Intermarché, Netto
- Bricolage : Bricomarché, Brico Cash, Bricorama
- Équipement, entretien et réparation automobile : Roady, American Car Wash, Rapid Pare-Brise
- Restauration : Poivre Rouge

### Immo Mousquetaires

- 5,8 millions de m<sup>2</sup> de surface de vente
- 242 000 m<sup>2</sup> créés en 2017, dont 180 000 m<sup>2</sup> en France
- 3 419 baux gérés à fin 2017, dont 2 699 en France

### Agromousquetaires

- 4<sup>e</sup> groupe agroalimentaire français
- 1<sup>er</sup> armateur de pêche fraîche avec 23 navires
- 4,02 milliards € de CA en 2017

### Logistique

- 1 400 semi-remorques
- 3<sup>e</sup> logisticien français

## CHIFFRES CLÉS DU GROUPEMENT



**3 610**

points de vente en Europe, toutes enseignes confondues



**62**

unités de production agroalimentaires



**46**

bases logistiques en Europe

**Avec leurs enseignes qui font partie de la vie des Français et de celle des territoires,** les Mousquetaires contribuent à l'économie nationale depuis près de cinquante ans.

## Qui sont les Mousquetaires ?

**Leur force est aussi leur singularité : ils forment un groupement de chefs d'entreprise indépendants, tous propriétaires de leurs points de vente, qui participent à sa gouvernance et à sa codirection.**

### Un groupement de chefs d'entreprise indépendants

Le modèle économique des Mousquetaires est le commerce associé. Le Groupement rassemble ainsi des chefs d'entreprise indépendants (adhérents), propriétaires de leurs points de vente et responsables de leur gestion. Chaque adhérent s'engage sur deux rôles : il gère sa propre entreprise et, un à deux jours par semaine, il participe à la codirection d'une structure commune du Groupement telle que la logistique par exemple, ou encore les achats, l'agroalimentaire, le développement durable ou le marketing. Chaque adhérent est ainsi codirigeant du Groupement.

### Un capital partagé

Cent pour cent du capital des Mousquetaires est détenu par plus de 1 500 adhérents associés. Chaque adhérent a la possibilité d'entrer dans le capital du Groupement et de devenir membre associé de la Société Les Mousquetaires. Géré directement par ses propres adhérents, le Groupement n'est pas soumis aux aléas des marchés financiers et bénéficie de l'implication de tous ses membres.

### Un puissant réseau de points de vente

Le réseau de distribution des Mousquetaires est constitué de points de vente alimentaires (Intermarché et Netto), d'enseignes de bricolage (Bricomarché, Brico Cash, Bricorama), d'un réseau d'équipement, d'entretien et de réparation automobile (Roady, American Car Wash, Rapid Pare-Brise), et d'une chaîne de restaurants (Poivre Rouge). Au total, 3 610 points de vente, dont 2 838 sur tout le territoire français assurent

l'ancrage local du Groupement, notamment dans les zones rurales et les villes moyennes. À l'international, le Groupement est présent en Pologne, au Portugal et en Belgique.

### Un outil de production propre

Depuis leur origine, les Mousquetaires développent leurs propres productions alimentaires. Agromousquetaires permet aux enseignes du Groupement de proposer des produits spécifiques. Elles maîtrisent donc leur qualité, leurs prix et leur adaptation aux besoins des clients. Parmi les marques des Mousquetaires : les produits laitiers Pâturages, les céréales Chabrior, les produits carnés Jean Rozé et Monique Ranou, les produits de la mer Capitaine Cook, etc.

### Une organisation logistique

Avec 46 bases logistiques en Europe, le Groupement Les Mousquetaires est le troisième logisticien français. Il maîtrise toute la chaîne de flux des marchandises et dispose d'une puissante infrastructure de plateformes régionales.

### Une foncière intégrée

Enfin, la foncière des Mousquetaires, Immo Mousquetaires, accompagne le développement du Groupement en matière d'immobilier commercial, mais aussi de programmes mixtes de commerces, logements et activités.



**1 500 000**  
collaborateurs



**3 095**  
chefs d'entreprise

# “ Notre modèle, le codéveloppement durable

Les Mousquetaires sont des chefs d'entreprise responsables, profondément attachés à leurs territoires et quotidiennement en prise avec les attentes concrètes de leurs clients, qui représentent un foyer français sur deux.

Parce que le développement durable est lié historiquement à la démarche qualité des Mousquetaires, nous avons créé, en 2010, notre Direction qualité et développement durable, pour piloter et accompagner leurs actions. Nous nous sommes alors donné des objectifs à l'horizon 2020.

Nous nous sommes posé des défis liés à notre raison d'être : que les produits de nos filières ainsi que nos produits à marque propre soient 100% sûrs, sains, de qualité et qu'ils soient vendus dans des points de vente irréprochables : c'est essentiel pour nos clients. En parallèle, nous poursuivons le déploiement de notre plan santé, prioritaire pour nos collaborateurs dans nos filiales comme dans nos points de vente.

**“Le rapport développement durable 2018 que vous avez entre les mains est un état des lieux de notre démarche participative de progrès.**

*Il explique cette démarche et présente nos plans d'action en partant de nos trois raisons d'être : nos clients, nos collaborateurs et nos territoires.”*

JEAN-MARC L'HUILLIER

**Président de la Direction développement durable**  
Intermarché Sancoins (18)

Nous visons également une réduction de 40% de nos consommations énergétiques. Enfin, nous progressons dans la coconstruction de nos territoires à travers de nombreux projets locaux, fruits d'une stratégie socio-économique ambitieuse et d'investissements conséquents.

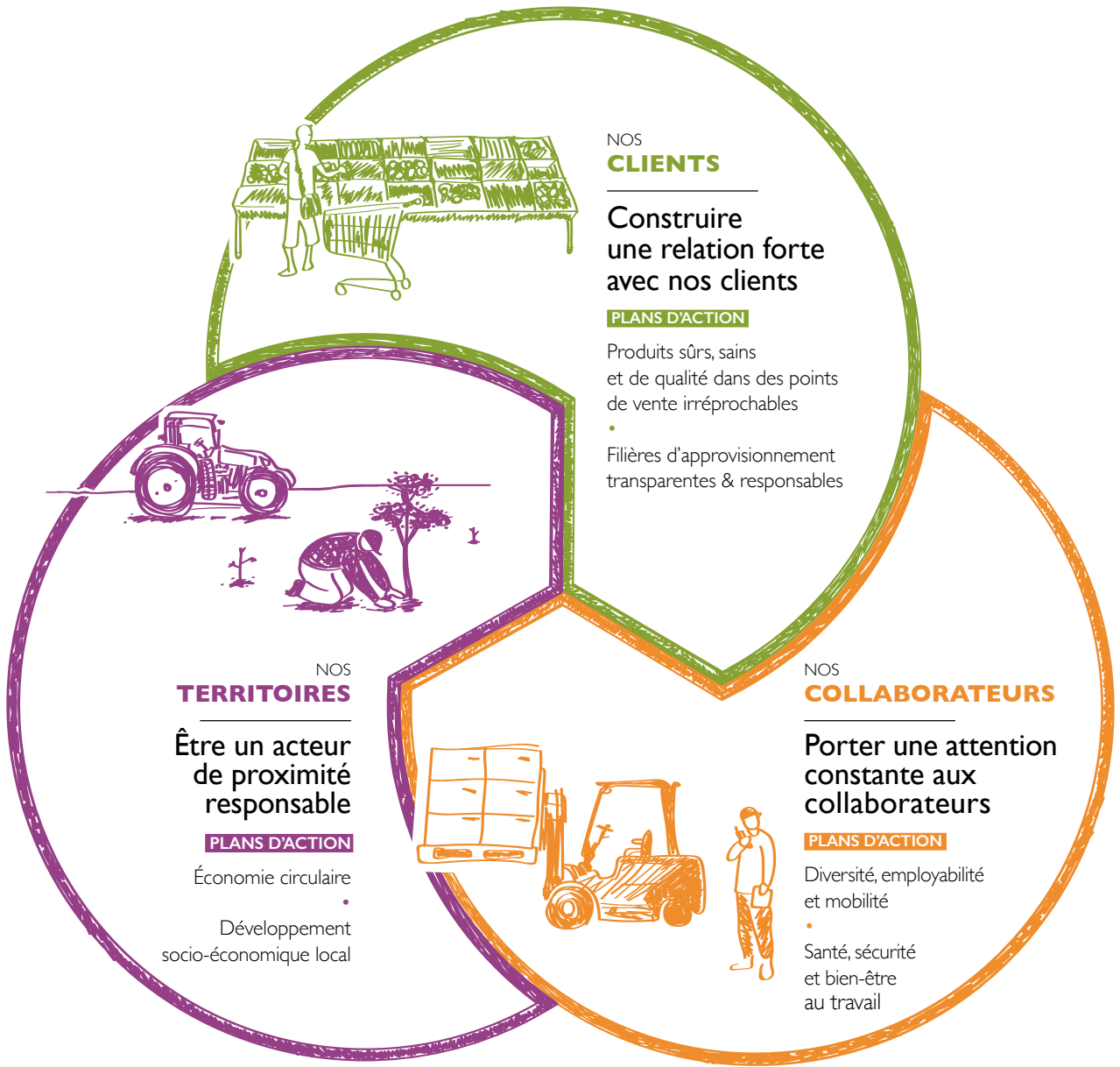
Pour atteindre ces résultats, le Groupement accompagne chaque adhérent pour s'inscrire dans cette démarche et pour l'encourager à son tour, auprès de ses clients et de ses partenaires. C'est pourquoi, nous parlons de codéveloppement durable.

En diffusant les bonnes pratiques, en renforçant la sécurité, la conformité, la valeur nutritionnelle de nos produits, nous avons déjà accompli de grands progrès. Certaines de nos initiatives, comme la création, dès 2006, de notre étiquetage nutritionnel Nutri-pass, sont exemplaires. Celle-ci nous permet, par exemple, d'avoir été le premier distributeur à s'engager sur le Nutri-Score en 2017 auprès du ministère de la Santé.

Dans nos points de vente, comme dans nos filiales, nos unités de production ou nos entrepôts logistiques, nous partageons tous une ambition : nous développer de manière responsable et promouvoir des modes de vie durables, à travers nos rôles de distributeurs, de producteurs, d'employeurs et d'acteurs engagés dans nos territoires.







# Notre dynamique d'engagement



NOS DÉFIS

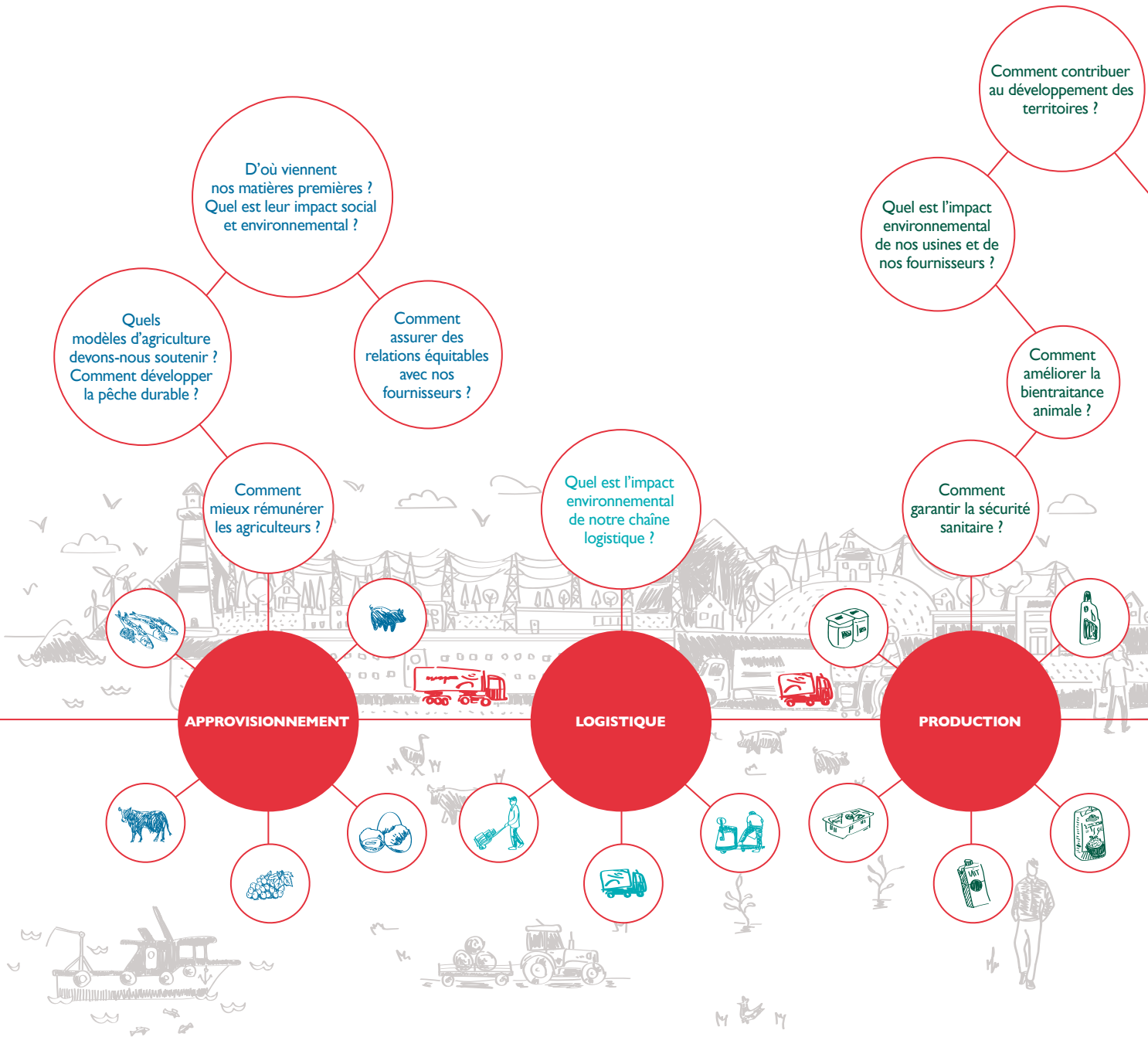
100 % des marques propres responsables dans des points de vente irréprochables en 2025

NOS DÉFIS

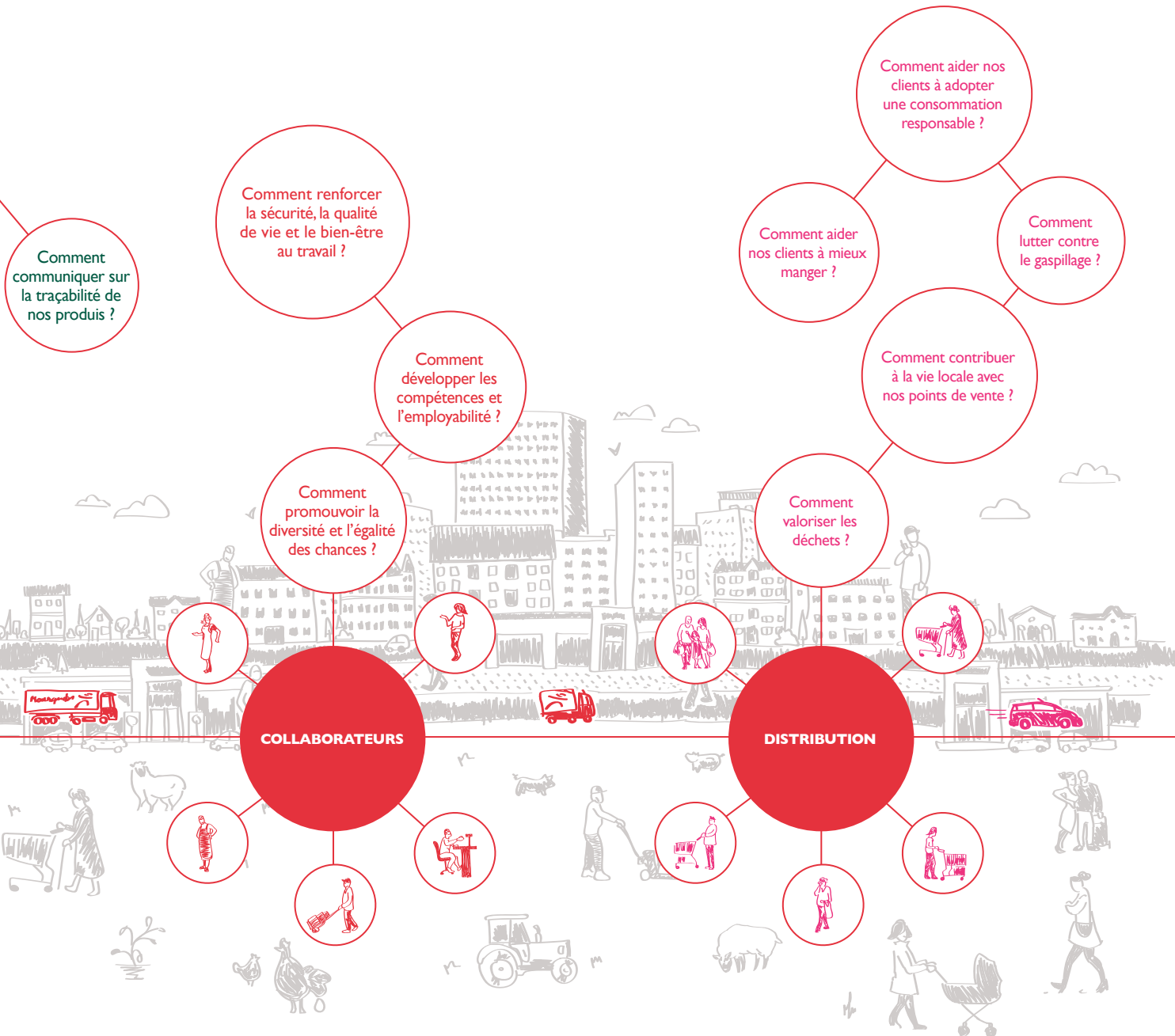
Un plan santé 2020 appliqué des filiales aux points de vente

NOS DÉFIS

Réduire de 40% nos dépenses d'énergie et utiliser 32% d'énergies renouvelables d'ici 2030  
Atteindre zéro déchet et zéro gaspillage alimentaire en 2020



“ Les enjeux de nos activités ”



**Les Mousquetaires s'engagent quotidiennement pour relever des défis environnementaux et répondre aux attentes sociétales. Ils ont développé une organisation et un modèle uniques dans l'univers de la grande distribution.**

Afin d'assurer leur indépendance d'approvisionnement et de garantir un prix juste à leurs clients, ils ont développé un pôle industriel agroalimentaire, le 4<sup>e</sup> en France.

Ils sont aussi devenus le 1<sup>er</sup> armateur de pêche fraîche français. Leur positionnement est donc unique, à l'instar de leur périmètre de responsabilité directe qui couvre tout à la fois la production et la distribution. À cela s'ajoutent les partenariats noués avec les PME ou les filières agroalimentaires. Les Mousquetaires affirment leur ancrage local et participent ainsi au développement du tissu socio-économique des territoires.



# Comment...

**développer**  
la pêche  
durable ?

**aider**  
nos clients  
à mieux manger ?

**accompagner**  
nos clients  
vers une consommation responsable ?

**progresser**  
sur la bien-être  
animale ?

**communiquer**  
sur la traçabilité  
de nos produits ?

**garantir**  
la sécurité  
sanitaire ?

# Construire une relation forte avec nos clients

**À LA FOIS PRODUCTEURS ET DISTRIBUTEURS**, LES MOUSQUETAIRES MAÎTRISENT TOUTE LA CHAÎNE DE VALEUR DES MARQUES PROPRES QU'ILS FABRIQUENT.

Les Mousquetaires ont l'ambition de proposer à leurs clients des produits plus sains, sûrs et de qualité. Mais il y a également les hommes et les femmes qui les produisent, ceux qui les consomment, les écosystèmes dont ils sont issus et les territoires où ils sont transformés, consommés et recyclés. À travers leurs filières, les Mousquetaires s'engagent donc sur les conditions sociales et environnementales de production, notamment par la mise en place de partenariats durables avec leurs fournisseurs et à travers une politique d'achats responsables. À l'écoute des enjeux sociétaux et réglementaires, aux côtés de leurs fournisseurs et au contact de leurs clients, ils font progresser leurs produits et services pour une consommation plus responsable.

## NOS ENGAGEMENTS

**100% de produits à marque propre plus sains, sûrs et de qualité** vendus dans des points de vente irréprochables en 2025.

**Des engagements durables sur 100 % des filières** ayant un impact forestier et sur les filières mer sensibles.

**Déploiement du plan «devoir de vigilance»** sur les zones d'approvisionnement à risques.

**Un projet solidaire** et sociétal par catégorie de produits.



## NOS ENJEUX

*Chacun est devenu attentif à l'étiquette des produits: le prix, bien sûr, mais aussi les ingrédients, l'origine et les différents labels qui, au-delà d'une marque, signent l'engagement d'un producteur et d'un distributeur.*

Depuis toujours, les Mousquetaires savent qu'à travers leurs produits à marque propre, c'est un modèle de production et de consommation qu'ils défendent, en proposant la qualité au meilleur prix. Cette qualité n'est donc pas seulement la sécurité du produit, la valeur gustative ou la performance. Elle prend aussi en compte la santé des consommateurs, le respect de l'environnement, les conditions de travail et d'existence des producteurs. Les attentes sociétales relatives à la bien-être animale ou à la production locale constituent, aujourd'hui, de nouveaux défis que les Mousquetaires s'attachent à relever.



# DES FILIÈRES TRANSPARENTES & RESPONSABLES



## DEVOIR DE VIGILANCE IMPLIQUER LES FOURNISSEURS

Le devoir de vigilance vise à responsabiliser les entreprises donneuses d'ordre sur la prévention des dommages sociaux, éthiques et environnementaux dans leurs chaînes d'approvisionnement. L'entrée en vigueur de cette obligation législative en 2017 est une réelle opportunité pour renforcer la démarche des Mousquetaires.

C'est en mobilisant leurs filières que les Mousquetaires font progresser la qualité de leurs produits, tout en maîtrisant les exigences sociales et environnementales. Pour cela, ils collaborent avec des ONG et des experts techniques et scientifiques afin d'identifier les risques, définir les critères fiables d'une production responsable et établir les plans de progrès et de transformation. Cette démarche permet d'anticiper ou d'accompagner les attentes sociétales et d'y répondre par des engagements concrets. La stratégie d'approvisionnements responsables du Groupement est ainsi fondée sur des exigences d'éthique et de bonne conduite de la part de tous ses fournisseurs. Pour la mener à bien, les équipes de la Direction développement durable, des achats et de la qualité les sensibilisent, les accompagnent et les contrôlent dans l'intégration des bonnes pratiques environnementales et sociales.

## ACHATS RESPONSABLES

### Des engagements encore accrus

Les Mousquetaires s'approvisionnent à une échelle planétaire avec un grand volume d'importations, d'où l'importance de surveiller la chaîne de façon proactive. Dans cet objectif, ils ont créé une charte pour des achats responsables: 100 % de leurs fournisseurs et de leurs sous-traitants devront avoir signé celle-ci d'ici la fin de l'année 2018. Cette charte contient ainsi 15 engagements en matière de gouvernance, d'environnement,

d'ancrage territorial et de pratiques sociales. Elle se décline selon les secteurs et les produits (bois, charbon de bois, huile de palme, cacao, thon, saumon, crevette, colin, cabillaud, œuf, volaille de chair, etc.) pour s'adapter à chaque filière et prévenir des risques spécifiques. Une nouvelle étape s'ouvre jusqu'en 2020, autour du respect des engagements des fournisseurs signataires et de l'application d'un plan de devoir de vigilance pour leurs différentes

filières d'approvisionnement. Pour cela, les Mousquetaires s'appuient sur des référentiels sociaux et environnementaux reconnus: Amfori BSCI<sup>(1)</sup>, SA8000<sup>(2)</sup>, Amfori BEPI<sup>(3)</sup>, Valorise et Acesia<sup>(4)</sup>. Ils innovent également en lançant une approche d'exploration de la transparence et de la traçabilité des filières bio en 2018 avec les partenaires SGS et Transparency-One.

1. Amfori BSCI: l'Amfori BSCI (Business Social Compliance Initiative) a pour objectif d'améliorer la performance sociale au sein des chaînes d'approvisionnement.  
 2. SA8000: norme qui veille à s'assurer que les salariés aient un poste de travail sûr et sain, et que l'entreprise soit capable de prendre toute mesure préventive et adéquate pour éviter tout risque, accident ou situation pouvant nuire à leur santé physique. Elle s'appuie sur les normes de l'Organisation Internationale du Travail.  
 3. Amfori BEPI: l'Amfori BEPI (Business Environmental Performance Initiative) a pour objectif d'améliorer la performance environnementale au sein des chaînes d'approvisionnement.  
 4. Valorise et Acesia: outils d'autoévaluation RSE des fabricants de produits de grande consommation.

## NOS OBJECTIFS



**100%**  
d'évaluation RSE  
des fournisseurs  
fin 2018



**100%**  
des fournisseurs en zones  
à risque audités  
sur un référentiel social



**100%**  
des importateurs France  
et Europe adhérents  
Amfori BSCI fin 2018



## FILIÈRES D'EXCELLENCE

# Des pratiques de production sans cesse améliorées

Agromousquetaires contribue aux progrès des pratiques de production et de la qualité de l'alimentation à travers ses filières d'excellence : bœuf, porc, lait, végétal, vin et mer. Depuis 2016, ce pôle s'appuie sur des comités scientifiques rassemblant chercheurs, industriels, syndicats interprofessionnels ou encore associations environnementales et de défense de la bienveillance animale. Consultés tous les ans,

ces comités scientifiques sont des instances d'échange, de réflexion et de concertation où la discussion est libre et constructive.

Quatre priorités ont été définies par Agromousquetaires : la bienveillance animale pour les filières bœuf et porc, la production végétale agroécologique, la pêche durable et enfin le lait pâturé.



## FILIÈRE VÉGÉTALE Cap sur l'agroécologie

Parce que les pratiques agricoles conditionnent l'avenir de l'environnement, mais aussi de l'alimentation et de la santé humaine, Agromousquetaires s'oriente vers un nouveau modèle agricole pour sa filière végétale : l'agroécologie. Cette production respectueuse des équilibres naturels au service de l'humain et de la nature est fondée sur une vision de l'agriculture élargie à l'écologie, l'économie et la société. Elle vise à accroître la fertilité naturelle des sols en assurant leur couverture, en excluant les labours profonds et en utilisant la rotation des cultures. Elle optimise ainsi leur rendement, le recyclage du carbone dans les sols et la restauration de la biodiversité.

Pour soutenir ce modèle, les Mousquetaires

ont adopté la certification Haute Valeur Environnementale® (HVE). Celle-ci atteste que les exploitations ont obtenu des résultats satisfaisants sur des indicateurs relatifs à la biodiversité, la stratégie phytosanitaire, la gestion de la fertilisation et la gestion de l'eau. Deux filières d'Agromousquetaires sont aujourd'hui au cœur de cette démarche : le blé et le vin. L'objectif est de créer une gamme de pain à base de blé HVE\*.

Un défi à la mesure de l'enseigne et de son 1,5 million de baguettes vendues chaque jour. Concernant la filière viticole, les Mousquetaires engagent avec leurs viticulteurs partenaires une transformation des pratiques adaptées aux terroirs, aux sols et aux cépages.



### LE LABEL

## VERGERS ÉCORESPONSABLES

Les Mousquetaires soutiennent les démarches d'agroécologie collectives impliquant producteurs, transformateurs et acteurs de la distribution. C'est le cas du programme « Vergers écoresponsables » qui permet de privilégier les méthodes alternatives aux produits phytosanitaires et de raisonner les interventions en vergers. Avec 250 références en 2017 dont 90 en bio, la filière fruits et légumes frais a commencé le déploiement du label « Vergers écoresponsables » : 100% des pommes depuis 2017, 100% des pêches et des nectarines en 2018, 100% des poires et des abricots en 2019. L'ambition du Groupement est de faire progresser ses cahiers des charges et d'aligner ceux-ci sur les principes de la certification Haute Valeur Environnementale® portée par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.

\* L'agriculture à Haute Valeur Environnementale (HVE) est une certification créée et encadrée par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation qui vise à valoriser les productions issues d'exploitations agricoles s'engageant volontairement dans des démarches respectueuses de l'environnement.



## BŒUF & PORC Un plan de progrès pour la bienveillance animale

La question du respect animal se pose aujourd'hui à tous les acteurs de l'alimentation. Troisième opérateur de viande en France, Agromousquetaires est conscient de ses responsabilités. En partenariat avec des ONG de protection animale et des scientifiques, ce pôle a mis en place un plan de progrès sur dix ans. Objectif: assurer la bienveillance des animaux et revaloriser la filière animale. Avec la conviction qu'en assurant de meilleures conditions de travail et en formant mieux les collaborateurs, les animaux sont

mieux traités, Agromousquetaires a mis en place des bonnes pratiques et un référentiel interne pour chaque étape de la vie de l'animal. Elles se traduisent notamment par la formation systématique de toutes les personnes en contact avec les animaux (opérateurs, encadrants). Pour la filière porc, un programme de recherche avec l'IFIP\* et l'INRA\*\* a été engagé pour améliorer le traitement des animaux.

\*IFIP: Institut du porc.

\*\*INRA: Institut national de la recherche agronomique.

### NOS INDICATEURS



**70%**

de l'huile de palme tracée jusqu'au 1<sup>er</sup> importateur



**100%**

des pommes « Mon marché plaisir » labellisées « Vergers écoresponsables »



## MER

## 50 millions d'euros d'investissement pour transformer la filière

Les Mousquetaires se sont désengagés de la pêche en eaux profondes depuis 2015 et poursuivent leur démarche de pêche durable. Celle-ci passe par l'évaluation des réserves halieutiques, mais aussi par l'amélioration des techniques de pêche pour mieux cibler les espèces abondantes. Le Groupement investit 50 millions d'euros dans son plan « Filière mer durable 2025 » qui vise à la transformation de l'ensemble de la filière et de la distribution (en maintenant l'emploi et la compétitivité) en vue de l'arrêt de la pêche ciblée des espèces de grand fond d'ici 2025. Cette démarche implique la Scapêche et les unités de transformation du poisson, mais aussi la distribution. Les consommateurs doivent en effet apprendre à connaître et à privilégier les espèces non menacées pour une consommation durable et responsable. C'est l'objectif du partenariat avec Mr.Goodfish adopté en 2017, avec le programme européen de sensibilisation à la pêche durable.



### ENGAGÉS CONTRE LA DÉFORESTATION

Chaque année, 13 millions d'hectares de forêts disparaissent, dégradant la biodiversité et accélérant le changement climatique. En tant qu'importateurs ou utilisateurs de produits et d'ingrédients potentiellement liés à la déforestation (bois exotique, charbon de bois, huile de palme, cacao et café), les Mousquetaires ont adhéré en 2008 à The Forest Trust (TFT) dans le but de mieux maîtriser leurs achats. Avec cette ONG, ils ont fixé leurs objectifs et un plan d'action pour chaque matière première ayant un impact sur les écosystèmes forestiers dans une charte mise à jour chaque année.

## LAIT

## Le choix du lait pâturé

Pour privilégier la qualité gustative, la valeur environnementale et la bien-être animale, les Mousquetaires ont choisi le lait pâturé comme référence de qualité pour leur filière lait. Celui-ci est issu de vaches accédant aux pâturages au moins 150 jours par an, à la Laiterie Saint-Père. Pour cela, Agromousquetaires

a développé avec ses éleveurs partenaires la charte « Lait pâturé » en 2018. Les Mousquetaires encouragent également la conversion au bio en soutenant les éleveurs par des prix d'achat plus élevés et un engagement sur 2 ans. Quelque 60 éleveurs ont ainsi été accompagnés tout au long de 2017.





## DES PRODUITS PLUS SÛRS, SAINS & DE QUALITÉ

Les consommateurs expriment des attentes croissantes vis-à-vis des produits qu'ils consomment et des entreprises qui les fabriquent. S'ils ont à cœur d'acheter responsable, ils ont besoin d'être guidés. Bio, local, sans additif, label... Les Mousquetaires les accompagnent en faisant le choix de produits durables. Dans chaque point de vente, le résultat des progrès d'une filière s'incarne dans des produits toujours meilleurs sur les plans environnementaux, sociaux, mais aussi gustatifs et nutritionnels dans l'alimentaire. Cette stratégie s'appuie sur la surveillance active des chaînes d'approvisionnement via des référentiels internationaux, le référencement de produits avec des labels reconnus, des filières d'excellence et des partenaires de confiance.

### QUALITÉ PRODUITS

## Des fournisseurs très engagés

Les Mousquetaires ont construit leurs démarches responsables sur un socle historique : leur engagement qualité. Chez Bricomarché et Brico Cash, la démarche qualité se traduit par l'engagement de tous leurs fournisseurs de produits à marque propre qui valident et signent un cahier des charges. Répondant à des exigences précises de conformité, les 7000 produits concernés proviennent ainsi de fournisseurs engagés dans une démarche qualité, audités et évalués périodiquement.

### DÉMARCHE QUALITÉ

## Des points de vente irréprochables

Toute la démarche qualité des Mousquetaires est ancrée dans le réseau de leurs points de vente à travers un engagement croissant dans l'hygiène, la sécurité, la santé et l'environnement. Chaque enseigne alimentaire est à présent en charge de son propre plan de maîtrise sanitaire (PMS) pour la sécurité alimentaire des produits et pour l'information des consommateurs. Ce plan s'appuie sur un cahier de traçabilité, un

plan de nettoyage-désinfection, un tableau de suivi préemballage/fabrication, etc. Il est audité par Aqualeha, un organisme extérieur, qui vérifie la conformité de tous les rayons au référentiel interprofessionnel avec un label à venir d'ici 2020. Les autres enseignes non alimentaires ont également développé un standard propre à leur métier qui est aussi vérifié par un organisme tiers extérieur.

#### NOS INDICATEURS



**98%**

des entrepôts alimentaires conformes au référentiel de qualité interne



**95%**

des points de vente conformes au référentiel de qualité interne (tous pays)



**88,5%**

de produits à marque propre conformes en satisfaction consommateurs (tous pays)



INTERMARCHÉ

## MIEUX PRODUIRE, MIEUX MANGER

Pour permettre aux consommateurs de mieux manger, les Mousquetaires se sont engagés à mieux produire. Leur objectif est ambitieux: la totalité des produits à marque propre devra être issue de filières transparentes et responsables en 2025. Pour y parvenir, le Groupement a mis en place un plan de progrès. Avec 87 % des produits à marque propre fabriqués en France, il entend maintenir ce taux dans les années à venir avec l'ambition de rester la première enseigne pour des MDD *made in France*.

**90%** des produits à marques propres alimentaires seront fabriqués en France en 2020

**100%** des œufs (toutes marques) seront issus d'exploitations code 0, 1, ou 2 d'ici 2025

**100%** du café d'origine de la marque «Planteur des Tropiques» sera issu d'une filière responsable en 2020

## NUTRITION

### Des produits sains accessibles à tous

Parmi les combats chers aux Mousquetaires, celui d'une alimentation saine accessible à tous est l'un des plus anciens, comme l'atteste le Nutri-pass, 1<sup>er</sup> dispositif d'étiquetage nutritionnel en France (2006). Il préfigurait le Nutri-Score, qui est aujourd'hui le référentiel adopté par le gouvernement. Depuis 2007, près de 900 reformulations de produits ont été réalisées pour une alimentation moins grasse, moins sucrée, moins salée, sans jamais transiger sur le goût: -13 % de matières grasses sur toutes les familles de produits et -26 % de d'acides gras sur toutes les familles de produits, -7 % de sucre sur les familles de produits sucrés, -7 % de sel sur les familles de produits salés.

#### Une évolution permanente des recettes

À chaque fois que cela est possible et que le goût est bien perçu par les consommateurs, les Mousquetaires font évoluer leurs recettes. Cette démarche est au cœur de la gamme «L'essentiel», garantie sans additif et sans conservateur (35 références). Elle s'étendra d'ici 2025 à 6 grandes familles de produits: plats cuisinés, goûter, charcuterie, petits-déjeuners, boissons et ultra-frais. Ainsi qu'à 280 produits adaptés aux besoins nutritionnels des enfants. Ce travail d'amélioration est réalisé par une équipe de 50 ingénieurs spécialistes du développement et de la qualité des produits, suivant un plan d'analyses très précis: 5 000 tests consommateurs, soit 300 000 avis et 100 000 analyses réglementaires réalisées par des laboratoires indépendants.

#### 3 500 références en bio

Autre initiative, le partenariat avec «Bleu Blanc Cœur», filière fondée sur la qualité nutritionnelle et environnementale, permet d'assurer à Intermarché la gamme la plus large de produits «Bleu Blanc Cœur» de la grande distribution avec 35 références fin 2017. Précurseur du bio avec ses propres gammes dès 1998, Intermarché propose aujourd'hui 3 500 références de marques nationales et de marques propres.

Elles sont présentes dans tous les rayons: Paquito bio pour les jus et compotes de fruits, Monique Ranou bio pour la charcuterie, Chabrior bio pour les céréales et biscuits, Label bio pour l'hygiène et la beauté...



LES COMPTOIRS DE LA BIO

## UNE DÉMARCHE DISTINCTE DE LA GRANDE DISTRIBUTION

La prise de participation minoritaire du Groupement aux Comptoirs de la Bio, troisième acteur parmi les spécialistes de la bio en France, permet aux Mousquetaires de développer une démarche bien distincte de

celle de la grande distribution. Une approche de spécialiste, c'est-à-dire avec un circuit et des fournisseurs exclusifs, des marques propres particulières et des clients qui ne fréquentent pas forcément les enseignes généralistes.



# Comment...

**améliorer**  
la qualité de vie  
au travail ?

**développer**  
les compétences  
et l'employabilité ?

**manager**  
autrement pour répondre  
aux attentes des nouvelles générations ?

**promouvoir**  
la diversité et l'égalité  
des chances ?

# Porter une attention constante aux collaborateurs

**LES MOUSQUETAIRES SONT CONVAINCUS** DE L'IMPACT RÉEL DE LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL SUR LA PERFORMANCE GLOBALE DE L'ENTREPRISE.

•

Les salariés qui se sentent bien dans leur environnement professionnel travaillent mieux. La qualité de vie au travail favorise la motivation, la fidélisation et la productivité. C'est pourquoi, au-delà d'une gestion efficace et cohérente des ressources humaines, le Groupement s'attache à porter une attention constante à ses collaborateurs. Les Mousquetaires étendent leurs engagements en matière de prévention des risques à toutes leurs activités, y compris la logistique et l'industrie, où la prévention de la pénibilité et l'amélioration des conditions de travail sont des priorités. Ils s'engagent de façon très concrète, avec des mesures adaptées à chaque contexte et à ses enjeux.

## NOS ENGAGEMENTS

**Déployer** un plan d'action structuré autour de la prévention des troubles musculo-squelettiques, des risques psycho-sociaux et de la pénibilité au travail.

**Améliorer** la qualité de vie au travail, notamment dans les filiales où les salariés sont exposés à de nombreux facteurs de pénibilité.

**Faire évoluer** les salariés et optimiser leur employabilité en développant leurs compétences et en leur proposant des opportunités d'évolution, au sein des différentes filiales du Groupement.



## NOS ENJEUX

*Assurer la sécurité, la santé et la qualité de vie au travail est le contrat fondamental d'un employeur responsable.*

La grande distribution est un secteur dans lequel les salariés sont exposés à des typologies de risques bien identifiés : gestes répétitifs, manutention manuelle de charges, températures négatives... et troubles musculo-squelettiques (TMS) en particulier. Au-delà de la dimension humaine, les enjeux sont donc aussi économiques. Le coût réel d'une journée perdue équivaut à quatre fois le coût direct d'une journée travaillée.

Les Mousquetaires sont également conscients de leur responsabilité d'employeur en termes de développement des compétences. Leurs collaborateurs doivent pouvoir progresser et s'adapter aux évolutions technologiques, comme le numérique ou la robotisation de certaines activités. La gestion des carrières et des compétences, ainsi que l'employabilité sont donc des enjeux majeurs pour le Groupement en termes d'implication, de performance et d'adhésion des collaborateurs aux projets portés par ses différentes filiales.





# LA SANTÉ & LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Conscients de l'impact du bien-être au travail sur l'implication et la performance de leurs collaborateurs, les Mousquetaires se sont engagés dans une démarche d'amélioration continue de la qualité de vie au travail. Pour lutter contre les accidents et les maladies professionnelles, ils ont développé une stratégie de prévention active, concrète et adaptée à la réalité des risques dans chacune de leurs activités : distribution, logistique et industrie agroalimentaire.

## POINTS DE VENTE

### Un management global de la sécurité et de la santé au travail

Les Mousquetaires mettent en place un management global de la santé impliquant tous les acteurs du Groupement. En suivant les principes expérimentés avec succès dans le déploiement de la démarche qualité, ce plan s'articule autour de quatre axes :

- veille et anticipation ;
- développement des bonnes pratiques, équipements et évolution des comportements ;
- suivi des indicateurs de performance ;
- communication et formation.

Outil indispensable pour une démarche de progrès, la démarche d'évaluation des

risques professionnels est déployée dans chaque point de vente et dans chaque filiale, sous l'impulsion du pôle santé et sécurité de la Direction développement durable. Obligatoire depuis 2003, cet outil permet de recenser l'ensemble des risques de chaque poste de travail et ainsi de déployer son plan de progrès via de multiples moyens : nouveaux outils de manutention, nouveaux matériels, formation des collaborateurs à la sécurité et à la santé au travail, etc. Ce document doit être mis à jour tous les ans selon l'évolution de l'organisation des structures et des nouvelles activités.



## NOS INDICATEURS



**135**

accidents évités en 2017 chez Agromousquetaires



**8 000**

jours d'absence évités en 2017 chez Agromousquetaires



**12 000**

collaborateurs formés à la santé et à la sécurité (2016-2017)



#### LA FORMATION

### POUR PRÉVENIR LES TROUBLES MUSCULO-SQUELETTIQUES

Les troubles musculo-squelettiques (TMS) ont été à l'origine de 87 % des maladies professionnelles en 2016\*. Conscients d'évoluer dans l'un des secteurs d'activité particulièrement touchés par ces pathologies, les Mousquetaires se mobilisent pour les prévenir. Leur plan santé et sécurité 2020 comporte un important volet consacré aux TMS. Celui-ci comprend la formation des chefs d'entreprise, le management des collaborateurs, ainsi que le suivi et la surveillance des points de vente. Chaque futur chef d'entreprise bénéficie d'un module de deux jours de formation avec des ateliers de mise en situation. Les Mousquetaires ont également développé de nouveaux matériels de mise en rayon et de port des charges en s'appuyant sur les recommandations de l'Assurance Maladie. Un guide de prévention des TMS pour les points de vente Intermarché a ainsi été mis à leur disposition. La sensibilisation et l'information des collaborateurs sont également assurées par les enseignes, via une rubrique intranet dédiée à la santé et à la sécurité au travail.

Celle-ci rassemble les documents juridiques et techniques nécessaires à la bonne appréhension de ce sujet. Enfin, des intervenants en prévention des risques professionnels ont été référencés pour accompagner les chefs d'entreprise Mousquetaires dans leur démarche.

\* Rapport des risques professionnels 2016 de l'Assurance Maladie.

## FILIALES

# Une ambition, prévenir les accidents et réduire la pénibilité



## AGROMOUSQUETAIRES

### Ensemble vers le zéro accident

Les unités de production d'Agromousquetaires sont toutes impliquées dans une démarche baptisée « Ensemble vers le zéro accident ». Une ambition qui s'exprime avec un objectif : réduire de 20 % les accidents du travail par an d'ici à 2020. Pour cela, Agromousquetaires mise sur la prévention : grille d'analyse des accidents, identification des zones les plus accidentogènes, séminaires de mobilisation et de formation, visites de sécurité comportementale, sans oublier le plan « Sécurité plus ». Celui-ci a pour objectif de permettre à l'encadrement

et à chaque opérateur d'analyser chaque incident passé, afin de rompre l'enchaînement des causes qui pourraient en provoquer de nouveaux.

Cent référents santé-sécurité, experts en troubles musculo-squelettiques et maladies professionnelles, sont chargés de diffuser les bonnes pratiques de prévention sur l'ensemble des sites. En 2017, dans chaque usine, la démarche a été lancée par un séminaire pour sensibiliser tous les collaborateurs. Un millier de personnes ont ainsi déjà été formées.

## LOGISTIQUE

### Plus de polyvalence, moins de pénibilité

Soucieuses de réduire la pénibilité de certaines tâches et conscientes de l'allongement de la vie professionnelle, les filiales logistiques Mousquetaires poursuivent les engagements pris en 2012. Parmi eux, le développement de la polyvalence des salariés qui permet de varier les postures et de limiter le temps d'exposition des collaborateurs. Renouvelé en 2016,

l'accord de prévention de la pénibilité s'articule autour de plusieurs axes, dont les trois suivants :

- la réduction des poly-expositions (grâce au développement de la polyvalence);
- un plan d'investissement permettant l'acquisition et la modernisation des équipements;
- un aménagement des fins de carrière.



## 15 000

collaborateurs formés à la qualité et à l'hygiène avec Aqualaha (2016-2017)

# L'EMPLOYABILITÉ, LA MOBILITÉ & LE BIEN-ÊTRE

Dans un monde en pleine mutation technologique, les Mousquetaires accompagnent leurs collaborateurs dans l'acquisition de nouvelles compétences.

Le plan « employabilité, développement des carrières et des compétences » permet de faire face à ces contraintes croissantes, tout en contribuant au bien-être des salariés.

Le Groupement investit dans la formation qui joue un rôle fondamental en matière de mobilité interne et de fidélisation des talents.



## BAROMÈTRE D'ENGAGEMENT Les collaborateurs ont la parole

L'engagement est une dimension clé de la marque employeur. Il indique que le collaborateur se sent bien dans son travail et qu'il est fier d'appartenir à l'entreprise.

L'enjeu est double : agir sur le bien-être pour plus d'efficacité et développer une culture d'entreprise valorisante, où les collaborateurs peuvent s'épanouir.

Afin d'évaluer le niveau d'engagement de ses collaborateurs et de déterminer les priorités d'actions pour l'améliorer, le Groupement a lancé à l'automne 2017 son premier « baromètre d'engagement ». Cette enquête s'est adressée à près de 21 000 collaborateurs du siège, des directions régionales, de la logistique et des usines agroalimentaires.

L'objectif était de leur donner la parole sur les sujets qui les concernent : travail au quotidien, organisation, environnement professionnel, compréhension de la stratégie de l'entreprise, management, gestion des changements, etc. Le fort taux de participation (70%) a démontré l'intérêt des salariés pour cette enquête.

De façon globale, les résultats ont mis en exergue un fort attachement à l'entreprise et souligné la qualité de l'ambiance de travail dans l'environnement immédiat des collaborateurs. Les données recueillies ont enfin et surtout permis d'identifier des axes d'amélioration qui aboutiront à la mise en place de plans d'action au sein de chaque filiale, notamment sur des thèmes tels que la coopération et l'efficacité collective.





## RECRUTEMENT & FORMATION

### Des initiatives agiles

Le Groupement Les Mousquetaires compte aujourd'hui plus de 300 métiers. Un atout de taille qui lui permet de proposer des opportunités de parcours et d'évolution peu communes. Plus de 350 000 heures de formation ont été dispensées aux collaborateurs des filiales amont en 2017.

#### Agromousquetaires fait son université

Première université d'entreprise dans le secteur de l'agroalimentaire depuis 2014, elle forme ses futurs managers. Son objectif ? Développer les compétences des salariés en les préparant aux métiers de demain. Et ainsi, favoriser leur mobilité et leur évolution au sein du Groupement.

#### La logistique anticipe les métiers du futur

Les technologies évoluent, les métiers se transforment. Les nouvelles bases logistiques mixtes (produits secs, gel et frais) et automatisées demandent une réelle polyvalence des salariés. Parce que ces changements leur ouvrent de nouvelles perspectives professionnelles, les Mousquetaires accompagnent celles et ceux

qui souhaitent se préparer aux métiers de demain. Un cursus de 10 mois permet ainsi à des collaborateurs d'accéder au titre professionnel de technicien de maintenance des équipements industriels.

D'autres peuvent décrocher un certificat de qualification professionnelle (CQP) interbranche d'agent logistique, 67 collaborateurs ont ainsi validé leur CQP en 2017.

#### Poivre Rouge recrute *in situ*

Lorsqu'ils postulent chez Poivre Rouge, cuisiniers, serveurs, plongeurs ou responsables de salle sont directement mis en situation. En effet, l'enseigne, qui ouvre une dizaine de restaurants chaque année, doit être en mesure de former rapidement ses nouvelles équipes. En partenariat avec le cabinet de recrutement Resto Évolution, Poivre Rouge sélectionne ses candidats non pas sur CV, mais lors de sessions organisées avec les acteurs locaux de l'emploi et basées sur la mise en situation professionnelle. Une façon efficace d'identifier d'emblée les compétences de chaque postulant et de donner une chance à chacun.



ITINÉRAIRE

#### DE PRÉPARATEUR DE COMMANDES À TECHNICIEN DE MAINTENANCE

Dans la base logistique de Béziers, des préparateurs de commandes ont évolué vers le métier de technicien de maintenance.

« Avant j'étais préparateur, je suis devenu technicien de maintenance mécanisation », raconte Frédéric, un collaborateur de l'entrepôt. « Quand on m'a proposé d'évoluer, j'ai sauté sur l'occasion. Mon nouveau métier couvre de nombreuses activités comme la mécanique ou l'électricité. »



## MOBILITÉ

# Un plan de déplacement entreprise (PDE) en préparation

La mobilité des salariés est devenue une problématique majeure pour nombre d'employeurs. La loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte, impose désormais à toutes les entreprises regroupant plus de 100 salariés sur un même site, d'élaborer un plan de mobilité (ou plan de déplacement entreprise). Objectif : améliorer la mobilité des salariés et encourager l'utilisation des transports en commun ou du covoiturage. Les

Mousquetaires ont conçu fin 2017 leur plan de déplacement entreprise. Une démarche qui englobe le siège opérationnel du Parc de Tréville à Bondoufle (91) et la direction des systèmes d'information (Stime) à Montrouge (92). Séquencé en trois grandes phases, le projet a débuté par une analyse de l'accessibilité des deux sites et l'étude de la pratique et des besoins des salariés. Il aboutira à la construction d'un plan d'action d'ici fin 2018.



# LA CRÉATION D'ENTREPRISE

## ENTREPRENEURIAT

### Un dispositif d'accompagnement adapté à chaque collaborateur

Les Mousquetaires favorisent les opportunités de mobilité interne de leurs collaborateurs et leur permettent d'envisager des carrières variées parmi les très nombreux métiers du Groupement. En incitant leurs collaborateurs à devenir adhérents, les Mousquetaires encouragent aussi l'entrepreneuriat et l'engagement personnel. La croissance du nombre de points de vente Netto, l'enseigne de discount des Mousquetaires, et le rapprochement avec l'enseigne Bricorama en janvier 2018 ont fortement accru le besoin de recrutement de nouveaux adhérents. Au travers d'opérations internes telles que «*Entrez Netto!*» et «*Entrez Brico!*», le Groupement encourage les collaborateurs à devenir entrepreneurs. Les candidats bénéficient d'une formation initiale théorique et sur le terrain dans différents points de vente. Ceux qui souhaitent devenir des chefs d'entreprise indépendants bénéficient ainsi d'un accompagnement, de montages financiers spécifiques et de formations adaptées à leur profil.

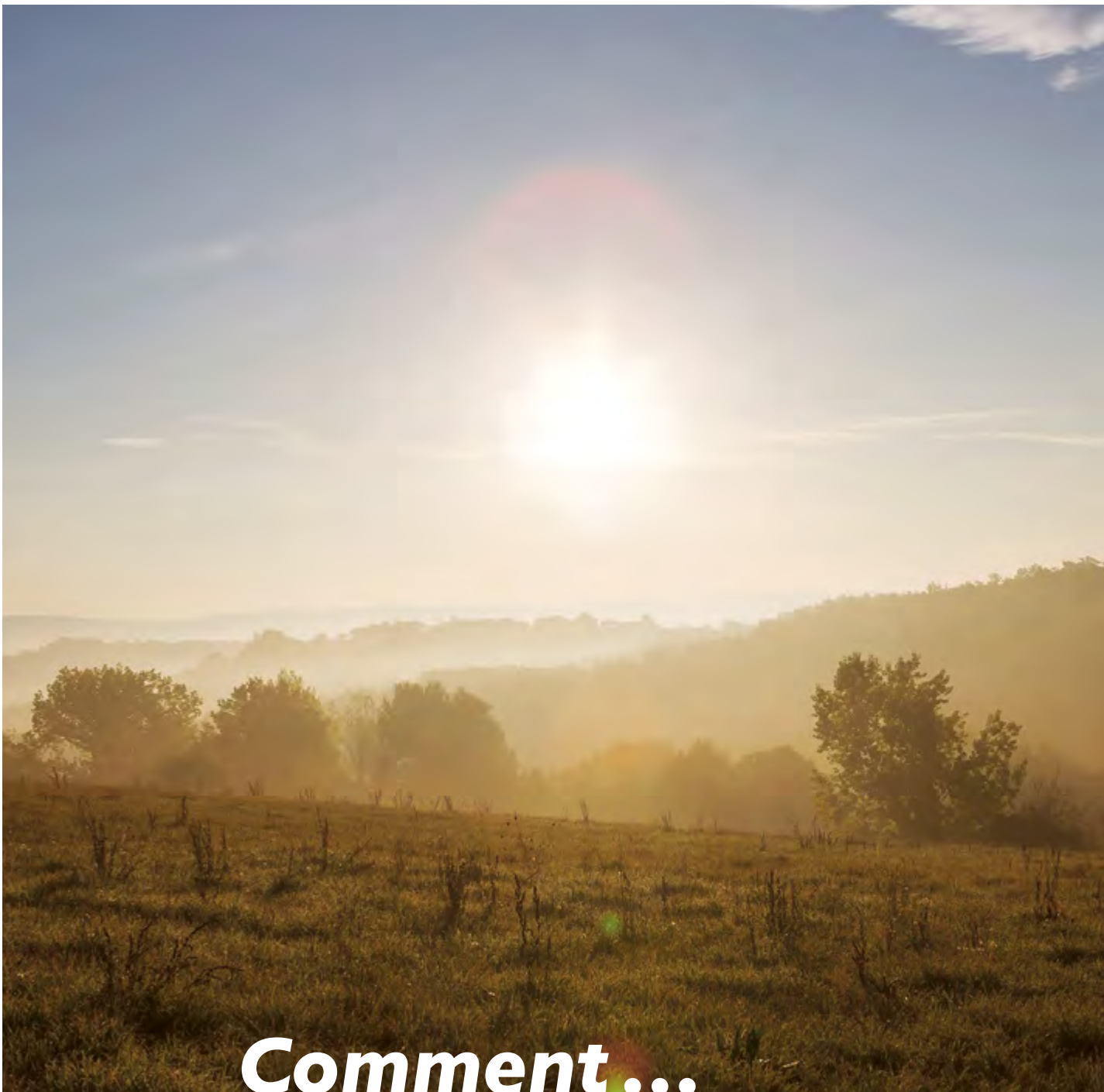


Bricomarché et Brico Cash encouragent les collaborateurs qui le souhaitent à créer leur entreprise, via le dispositif "Entrez Brico"



## «ENTREPRENEZ NETTO!» Thibaut et Floriane l'ont fait

«*Nous achevons quatre mois et demi de formation et sommes désormais prêts à démarrer notre nouvelle vie de chefs d'entreprise*», raconte Thibaut, ancien responsable fruits et légumes dans un Intermarché. «*Cette opportunité est arrivée au bon moment. Nous avons un bagage assez solide dans nos domaines respectifs et aspirions à autre chose*», complète Floriane, sa compagne. Une journée d'information organisée au siège les convainc définitivement de se porter candidats. «*Nous avons été agréés en 2017. Trois mois plus tard, nous recevions un appel de la direction régionale Centre-Est*», raconte Thibaut. «*Il était question de deux projets, l'un à Saint-Étienne, l'autre à Sury-le-Comtal*». Après deux semaines de réflexion, le couple tranche. Ce sera Saint-Étienne. «*Le temps que notre projet se mette en route, nous pouvions poursuivre sereinement nos stages et adapter nos plannings*», précise Floriane. Un parcours tout au long duquel ils ont été accompagnés par un chef d'entreprise Mousquetaire qui les a conseillés pour mettre toutes les chances de réussite de leur côté.



# Comment...

**évaluer**  
*l'impact environnemental*  
de nos usines et points de vente ?

**accompagner**  
*le développement*  
des territoires ?

**contribuer**  
*à la vie locale*  
avec nos points de vente ?

**envisager**  
*une juste rémunération*  
des agriculteurs ?

# Être un acteur de proximité responsable

**EN PRÈS DE 50 ANS D'EXISTENCE,**  
LE GROUPEMENT LES MOUSQUETAIRES  
A PROFONDÉMENT ANCRÉ  
SON ACTIVITÉ DANS LES TERRITOIRES  
DE SES PAYS D'IMPLANTATION.  
EN TÉMOIGNE LA CONTRIBUTION  
DES POINTS DE VENTE  
À LA VIE LOCALE.

•

Au sein de son siège opérationnel, dans ses directions régionales, ses unités de production, ses entrepôts logistiques et ses points de vente, ce sont au total près de 150 000 salariés qui vivent, travaillent et se déplacent chaque jour. Le rôle du Groupement, et donc ses responsabilités, sont à l'échelle de ces territoires. Son ambition : maîtriser les impacts environnementaux, créer de la valeur et développer les liens sociaux en s'appuyant sur une démarche de codéveloppement durable et d'adhésion aux principes de l'économie circulaire.



## NOS ENJEUX

*Parce qu'il n'y a pas de planète de rechange, nous devons préserver la nôtre en impactant le moins possible l'environnement.*

C'est la responsabilité et la condition du développement économique des Mousquetaires. Producteurs et distributeurs, ils sont concernés au premier plan par la raréfaction des matières premières : l'enjeu est donc de les économiser et d'aider les consommateurs à acheter mieux pour gaspiller moins. Pour cela, les Mousquetaires s'appuient sur une valeur fondatrice : la proximité. Elle leur permet de contribuer au développement économique et social des territoires, mais aussi de construire des relations de confiance et de solidarité. C'est la clé de la croissance du Groupement partout où il est implanté.



## NOS ENGAGEMENTS

**Souscrire** aux principes de l'économie circulaire pour agir sur tous les impacts environnementaux de l'activité des Mousquetaires, depuis la production d'énergie jusqu'au traitement des déchets.

**Réduire** l'impact environnemental de tous les flux logistiques et des déplacements des salariés.

**Réduire, réutiliser, recycler**  
100 % des déchets valorisables.

**Optimiser** la consommation énergétique sur tous les sites du Groupement, avec 32% d'énergies renouvelables et 40% d'économies d'énergie d'ici 2030 par rapport à 2012.

**Valoriser** ce que les territoires donnent et préserver l'emploi local.



# L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

## MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE

### Un enjeu essentiel d'un bout à l'autre de la chaîne de valeur

Le premier cycle de la stratégie énergie (2014-2018) a permis d'agir sur des leviers d'économie essentiels : l'optimisation des équipements, la massification des achats et la certification des sites. La nouvelle stratégie, qui répond à de nouvelles exigences, s'étendra de 2018 à 2030 : un temps plus long pour transformer profondément les modes de consommation et devenir un acteur majeur de la transition énergétique dans la grande distribution.

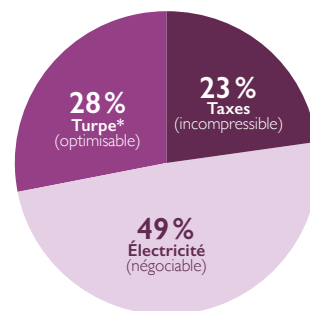
### Quatre enjeux

- Réduire la consommation (efficacité énergétique, nouveaux matériels)
- Piloter les coûts énergétiques (outils de mesure de la consommation)
- « Verdir » les approvisionnements (énergies renouvelables et autoconsommation)
- Optimiser les achats (massification et mise en concurrence)

## ÉNERGIE 50 % de la consommation certifiée en 2021

Parce que mesurer ses impacts est essentiel à leur réduction, les Mousquetaires se sont dotés d'outils de pilotage pour garantir l'amélioration continue de leur performance énergétique. Le premier d'entre eux est la norme de référence sur la gestion efficace de l'énergie: ISO 50001. Le Parc de Tréville, la direction des systèmes d'information (Stime) et certaines unités de production d'Agromousquetaires sont déjà certifiés. Prochaine étape: les entrepôts

logistiques et les 80 Intermarché Hyper: En 2021, 50 % de la consommation d'énergie sera certifiée. Le Groupement a aussi déployé le logiciel Hypervision sur tout son périmètre. Grâce à cet outil, il dispose aujourd'hui d'une vision globale de ses consommations énergétiques, toutes activités confondues: points de vente, unités de production, logistique et bureaux.



Répartition des coûts énergétiques du Groupement amont/aval

\*Turpe: Tarif d'utilisation des réseaux publics d'électricité.

### NOS OBJECTIFS



**50% de l'énergie**  
consommée certifiée  
ISO 50001 en France d'ici 2021

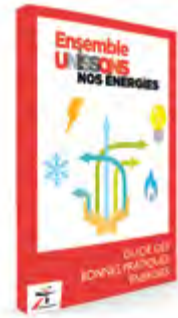


**500 000 m<sup>2</sup>**  
de panneaux photovoltaïques  
d'ici 2023



GAZ RÉFRIGÉRANTS  
**LA FIN DES MEUBLES  
FROIDS OUVERTS**

Dans les enseignes alimentaires, les meubles froids ouverts sont particulièrement gourmands en électricité. En les remplaçant par des modèles fermés, les points de vente réduisent leurs dépenses d'environ 20 %. Mieux, ils anticipent la nouvelle réglementation sur les gaz réfrigérants à effet de serre, qui interdira les meubles ouverts à partir de 2022. Les Mousquetaires visent ainsi 75 % de meubles libre-service fermés fin 2020 (43 % actuellement).



ACCOMPAGNER  
**Un guide des  
bonnes pratiques**

Parce que les points de vente représentent environ les deux tiers des consommations d'énergie du Groupement, il est crucial de les accompagner pour les faire progresser. Ceci, dans leur intérêt économique puisque l'énergie est l'un des plus importants postes de dépenses d'un magasin. Le Groupement sensibilise ainsi les adhérents avec le « Guide des bonnes pratiques énergies ». Il encourage également chaque point de vente à désigner un « référent énergie », garant des bonnes pratiques et de la mise en œuvre des actions. Enfin, le Groupement accompagne les adhérents dans leurs achats d'énergie, notamment avec des appels d'offres groupés de gaz et d'électricité.

MIX ÉNERGÉTIQUE  
**Un tiers d'énergies propres en 2030**

En 2030, les Mousquetaires visent 32 % d'énergies renouvelables. Pour cela, ils ont revu leur mix énergétique en explorant de nouvelles pistes :

- **l'autoconsommation** avec l'installation de panneaux photovoltaïques. Depuis 2017, tous les nouveaux projets d'Immo Mousquetaires intègrent 30 % d'énergie photovoltaïque (toitures et ombrières). 500 000 m<sup>2</sup> de panneaux seront

installés sur les bâtiments de la logistique et sur les points de vente d'ici 2023 ;

- **l'investissement dans les PPA** (power purchase agreement), c'est-à-dire des accords d'achat à long terme d'énergie renouvelable éolienne ou solaire, signés directement avec le producteur d'énergie ;
- **l'achat de certificats d'électricité verte.**

PHOTOVOLTAÏQUE  
**DES PANNEAUX  
SOLAIRES  
SUR LES PARKINGS**

Les ombrières du parking de l'Intermarché de Lanriec-Concarneau (Finistère) sont dotées de 1 900 m<sup>2</sup> de panneaux photovoltaïques qui produisent 20 % de la consommation électrique du site. Il s'agit de la première réalisation subventionnée par la Commission de Régulation de l'Énergie (CRE). D'autres sites des Mousquetaires s'apprentent à suivre cet exemple : 50 Intermarché, 6 Brico Cash, 9 Bricomarché, soit l'équivalent de la consommation de 1 650 foyers.

CHIFFRES CLÉS



**2,3Twh**  
de consommation  
électrique



**245 millions**  
d'euros de facture  
énergétique par an



ROADY  
**GO POUR LA MOBILITÉ DURABLE DES CLIENTS**

L'enseigne Roady s'est associée à la plateforme GoMore, un service de covoiturage et de location entre particuliers, pour offrir aux automobilistes utilisant ce service des bilans auto gratuits et une réduction de 10 % sur la révision de leur véhicule.

NOS OBJECTIFS

**100%** des camions équipés en GNL ou GNC en 2020

**1200** camions équipés au biogaz en 2020



## TRANSPORT & LOGISTIQUE

### Faciliter la mobilité et réduire notre impact environnemental

Parce que l'impact du transport concerne les circuits d'approvisionnement du Groupement aussi bien que les déplacements des salariés et des clients, les Mousquetaires se sont engagés à faire progresser leur logistique et à favoriser la mobilité durable. D'autant que l'optimisation de la logistique a un impact direct sur la réduction des émissions de gaz à effet de serre, pour atteindre l'objectif de -30 %\* d'ici 2030.

\*par rapport à 2012.

## CARBURANT

### La logistique roule au GNL et au biogaz

Avec 46 bases logistiques et une flotte de plus de 1400 semi-remorques qui parcourent 150 millions de kilomètres par an, les enjeux en matière d'impact environnemental sont importants. C'est pourquoi les Mousquetaires sont engagés dans la transition gaz naturel liquéfié (GNL) et deviennent le premier distributeur à utiliser le gaz naturel à une aussi grande échelle. Un moteur GNL produit en effet quatre fois moins de bruit qu'un diesel tout en réduisant les émissions polluantes: -95 % pour les particules, -80 % pour l'oxyde d'azote, -15 à 20 % pour le CO<sup>2</sup>. Les nouvelles bases logistiques sont équipées d'une cuve de gaz naturel liquéfié. À Béziers, sur la base inaugurée en 2014, 10 camions Intermarché roulent au GNL et les Mousquetaires accompagnent leurs partenaires transporteurs pour l'achat de

30 camions. À Castets-des-Landes, ce sont également une quarantaine de camions qui roulent au GNL. En 2019, cinq nouvelles bases seront équipées d'une cuve de GNL.

#### Une flotte au biogaz

Pour l'ouverture de leurs premiers points de vente dans Paris intra-muros, les Mousquetaires se sont dotés d'une flotte de camions spécialement adaptés aux livraisons de centre-ville, qui effectuent depuis fin 2017 toutes les livraisons des points de vente sur Paris et la petite couronne. Fonctionnant au biogaz, ils sont équipés de groupes frigorifiques électriques et respectent les standards les plus élevés de normes antibruit, en fonctionnement et à l'arrêt: plancher, hayon, rideau électrique et transpalettes silencieux.





## BIODIVERSITÉ

### Un équilibre à préserver

L'érosion rapide de la biodiversité est alarmante partout dans le monde. En France, elle se manifeste notamment par des populations d'insectes et d'oiseaux en forte diminution. L'équilibre du système agro-sylvo-pastoral est impacté par la pollution de l'eau, les émissions de carbone, l'érosion accélérée et les pratiques agricoles inadaptées. Parmi leurs conséquences : la dégradation des sols qui aboutit à la disparition, chaque année, d'un milliard de tonnes de terres arables en Europe. Acteur de premier plan de l'agroalimentaire, le Groupement s'est engagé dans une démarche d'agroécologie et dans la labellisation de son siège opérationnel.



#### LE PARC DE TRÉVILLE LABELLISÉ

Les Mousquetaires disposent d'un siège opérationnel, le Parc de Tréville, constitué de 82 hectares de verdure. Fin mars 2017, le Parc de Tréville a obtenu le titre de « Jardin de Noé », un label qui valide la cohérence de la gestion d'un site et de son interaction avec la biodiversité. Cette labellisation a permis aux collaborateurs de développer une connaissance des enjeux de la biodiversité et une expérience des bonnes pratiques. Une application smartphone « Les Jardins de Tréville » permet de découvrir la richesse de la faune et de la flore de ce site.

## AGROÉCOLOGIE

### Deux certifications HVE dans les filières blé et vin

Considérant que les dimensions écologiques, économiques et sociétales de l'agriculture sont liées, l'agroécologie est une agriculture respectueuse des équilibres naturels au service de l'humain et de la nature. C'est le modèle agricole que les Mousquetaires ont choisi d'encourager en privilégiant la certification Haute Valeur Environnementale (HVE\*).

Agromousquetaires a ainsi choisi de lancer en

2018 un plan de progrès sur deux filières végétales : le blé pour le pain à marque propre « Campanière » et le raisin avec des producteurs de vins d'Alsace. Huit sont certifiés HVE\* en 2018. Ce plan de progrès repose sur la réduction de l'utilisation des phytosanitaires, la restauration de la fertilité des sols avec la lutte contre l'érosion et la préservation de la biodiversité.

\* L'agriculture à Haute Valeur Environnementale (HVE) est une certification créée et encadrée par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation qui vise à valoriser les productions issues d'exploitations agricoles s'engageant volontairement dans des démarches respectueuses de l'environnement. Le certificat Haute Valeur Environnementale s'appuie sur quatre thématiques : protection de la biodiversité, stratégie phytosanitaire, gestion de la fertilisation, gestion de la ressource en eau.

## VALORISATION DES DÉCHETS

### Réduction, réutilisation et recyclage

Être producteur et distributeur, c'est s'engager pour la meilleure gestion possible des ressources naturelles, en agissant sur l'ensemble du cycle, selon les principes de l'économie circulaire. C'est pourquoi le Groupement se mobilise sur le traitement des déchets pour appliquer d'ici 2020 la règle des 3R: réduction, réutilisation et recyclage. Pour cela, le principal défi à relever est la caractérisation des déchets dans les points de vente, clé d'un tri et d'une récupération efficace: 100% des déchets caractérisés, 100% des déchets valorisables et traités pour une réduction maximale de leur incinération ou de leur enfouissement.



## GESTION DES DÉCHETS

### Penser global, agir local

Pour parvenir à leur objectif « zéro déchet, zéro gaspillage » en 2025, les Mousquetaires ont mis en place une stratégie basée sur la prévention de la production de déchets, le réemploi des produits, le recyclage pensé dès la conception et la valorisation.

Cette stratégie sera déployée dans les points de vente, en 4 étapes :

- **2017** : comprendre pour adapter les stratégies à chaque point de vente.
- **2019** : proposer un outil d'autodiagnostic à tous les points de vente pour s'autoévaluer et appliquer les meilleures solutions.
- **2019** : mettre en place des partenariats avec des prestataires locaux.
- **2020** : déployer la collecte et la valorisation des déchets.

#### NOS INDICATEURS



**10 tonnes**  
de polystyrène  
recyclées



**92 tonnes**  
d'ampoules récoltées  
et recyclées



#### POLYSTYRÈNE

### UN DÉFI POUR LE RECYCLAGE

Le polystyrène expansé (PSE) est difficile à recycler, notamment parce qu'il a été souillé lors de son usage.

Il est massivement utilisé dans les points de vente mais ne faisait pas l'objet d'une collecte: il était donc incinéré ou enfoui. La Direction développement durable a lancé en 2017 un plan de déploiement entrepôt par entrepôt en s'appuyant sur deux solutions après la récupération en points de vente des sacs de PSE concassés :

- le traitement et la vente sur entrepôt (Argentré-du-Plessis);
- le stockage sur base et la remise à des récupérateurs (Heudebouville, Béziers).

Cela représente 10 tonnes de PSE collectées et recyclées sur le 1<sup>er</sup> semestre 2017.

L'objectif est de 23 tonnes collectées fin 2018.



## LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE Une démarche multifacette

Dix millions de tonnes de denrées alimentaires sont gaspillées chaque année dans les grandes surfaces alimentaires, soit un taux de perte de 3,3 %. Les Mousquetaires se mobilisent pour lutter contre ce gaspillage. Tout d'abord par un meilleur suivi des dates limites de consommation et l'intégration de critères de durée de vie

des produits dans les appels d'offres, mais aussi avec des initiatives originales comme la vente de « fruits et légumes moches » à prix réduits. Plus de 1,5 tonne de produits a ainsi été valorisée en 2017. L'un de leurs objectifs est également d'encourager la signature de conventions avec les associations de don alimentaire,

obligatoire depuis 2016. Les Mousquetaires participent également à la sensibilisation des consommateurs, à l'origine des deux tiers du gaspillage alimentaire, par exemple avec des idées pratiques et des informations émises sur la radio interne des Mousquetaires diffusée dans les points de vente.



## COLLECTE & VALORISATION La Silve, l'opérateur interne des Mousquetaires

Pour la valorisation des déchets, le Groupement dispose d'une structure qui permet d'internaliser et d'avoir un contrôle complet sur la chaîne de déchets: la Silve.

Pilotée par la Direction développement durable, cette société de négoce des déchets utilise le circuit de transport interne des marchandises pour collecter et revaloriser certains types de déchets des points de vente, permettant ainsi un recyclage économiquement rentable. Avec ses 21 plateformes de collecte, la Silve intervient dans 2 135 points de vente pour le carton, et 1 735 pour le plastique.



**16 millions €**  
versés pour des actions solidaires  
(+ 40 % par rapport à 2016)



**94 tonnes**  
de déchets d'équipements électriques  
et électroniques collectées et recyclées



**126 000 tonnes**  
de carton recyclées

# LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE LOCAL

## COCONSTRUCTION DURABLE S'impliquer dans les territoires

Avec leurs usines, leurs bases logistiques et leurs enseignes réparties sur l'ensemble du territoire français, les Mousquetaires contribuent à la création de richesses et d'emplois. Leur rôle est particulièrement sensible pour les zones rurales, mais aussi dans la redynamisation des centres-villes. Défenseurs du *made in France*, ils valorisent des productions nationales et soutiennent la création d'entreprises dans les territoires. Présents en Belgique, au Portugal, et en Pologne, ils contribuent aussi au dynamisme des économies locales.



## AGRICULTURE Des prix d'achat garantis

Les Mousquetaires ont tissé tout au long de leur histoire une relation forte avec le monde agricole, qui s'incarne dans la contractualisation avec les éleveurs. Ainsi, les prix d'achat aux éleveurs et des produits de qualité seront garantis.

Dans un contexte de crise agricole persistante, cette démarche permet au Groupement de réaliser son ambition de codéveloppement responsable avec tous les acteurs de la chaîne de valeur. Par exemple, le contrat avec Agromousquetaires permet de proposer aux éleveurs de porcs un prix d'achat juste et équitable, indexé sur le coût de l'alimentation animale, qui représente 65% des coûts d'élevage.



LA « SIGNATURE  
VÉGÉTALE »  
**FRANÇAISE**

La « signature végétale » de la marque propre Jardibest de Bricomarché défend la filière horticole française. En partenariat avec des horticulteurs et des pépiniéristes français, Bricomarché sélectionne et distribue ainsi des espèces adaptées aux spécificités climatiques hexagonales et majoritairement issues des régions françaises.



**PRODUIRE LOCAL**  
**Un pour tous, tous  
pour le *made in France***

Les Mousquetaires sont depuis toujours attachés à la valorisation des productions françaises: 85 % de leurs marques propres alimentaires sont fabriquées en France avec un objectif de 90 % d'ici 2020. Ils promeuvent la qualité bleu-blanc-rouge et ils aiment partager les spécialités régionales, présentées dans leurs rayons de produits locaux. Les directions régionales d'Intermarché organisent donc des salons pour permettre aux producteurs locaux de faire découvrir leurs produits aux points de vente et pour les inciter à les intégrer dans leurs linéaires.

De leur côté, malgré la délocalisation qui touche ce secteur, les Bricomarché continuent à vendre des outils *made in France* avec la marque McKenzie, et ses 32 références « Origine France » fabriqués par une PME de 40 salariés de l'Yonne.



« LES ÉLEVEURS VOUS DISENT MERCI ! »  
**UN LAIT CITOYEN**

Coconstruite par Intermarché et les éleveurs partenaires de la Laiterie Saint-Père-en-Retz (44), la marque de lait « Les éleveurs vous disent Merci ! » permet de reverser aux éleveurs partenaires 0,44 € sur un litre de lait vendu 0,88 €. Ce projet répond aux attentes des Français qui se déclarent prêts (69 %) à payer davantage pour une meilleure rémunération des éleveurs. La preuve ? Plus de 13 millions de litres ont été vendus en 2018.

**NOS INDICATEURS**



**798**

producteurs signataires de la  
Charte Producteurs Mousquetaires



Plus de **13 millions** de litres  
de lait ont été vendus en 2018, sous  
la marque « Les éleveurs vous disent Merci ! »



**19738**

agriculteurs partenaires  
des Mousquetaires

# CONTRIBUER À L'AMÉNAGEMENT DES TERRITOIRES

## LES PROJETS IMMOBILIERS Une approche globale

### Une structure dédiée

Pour accompagner leur développement, les Mousquetaires disposent d'une entité dédiée à l'immobilier: Immo Mousquetaires. Aujourd'hui, la foncière des Mousquetaires n'intervient pas seulement en matière d'immobilier commercial, mais aussi de programmes mixtes de commerces, logements et activités, dans les campagnes comme au cœur des plus grands pôles urbains français.

### Des compétences diversifiées

De l'analyse prospective du territoire à l'achat du terrain, en passant par le chiffrage des projets, la construction et la commercialisation, la foncière intégrée des Mousquetaires est aujourd'hui experte en aménagement du territoire. Seule ou en partenariat avec des promoteurs spécialisés, Immo Mousquetaires intervient en tant qu'aménageur, promoteur et gestionnaire des sites qu'elle conçoit.

### Le tissu urbain aussi

Si historiquement les Mousquetaires ont une forte présence en zone rurale et dans les villes moyennes, Immo Mousquetaires accompagne à présent l'urbanisation de la société. Ce pôle se positionne sur des projets en centre-ville, avec les Intermarché Express notamment, et au sein des quartiers périphériques, avec le renforcement de ses sites commerciaux existants. Son objectif? Concevoir des sites optimisés pour les chefs d'entreprise Mousquetaires, les usagers, les habitants et les communes.

### Des projets mixtes

Pour répondre aux enjeux actuels de l'urbanisme, que sont l'intégration des fonctions commerciales et résidentielles, la mixité sociale et la construction durable, Immo Mousquetaires renforce son expertise et souhaite s'engager partout où cela est possible sur des projets mixtes, incluant logements et commerces.

CHIFFRE CLÉ



**40%**

C'est le pourcentage de mètres carrés gérés par Immo Mousquetaires.



Montmorot (39)



Abbeville (80)



Abbeville (80)

## IMMO MOUSQUETAIRES

# La réalisation exemplaire du quartier Saint-Loup, à Marseille

Immo Mousquetaires a livré en 2017 une réalisation urbaine d'envergure: le quartier Saint-Loup, à Marseille. Toute première opération mixte de ce type dans cette ville, ce projet associe commerces et logements et s'inscrit dans la requalification des quartiers de la cité phocéenne.

### Repenser la vie d'un quartier

Immo Mousquetaires a proposé à la commune de remplacer le centre commercial vieillissant par un ensemble de logements de qualité, articulés autour d'une « place de marché » et offrant des commerces en pied d'immeuble, dont un Intermarché de 2 500 m<sup>2</sup>. La qualité de cette réalisation repose notamment sur l'anticipation de contraintes liées à la mixité commerciale et résidentielle du quartier, telles que l'accès des livraisons, la séparation des parkings, le traitement des nuisances, etc. Dans la logique des objectifs du Grenelle II de l'environnement, ce projet global assure une densification des logements

tout en créant un lieu de vie de qualité ponctué de terrasses et d'espaces verts, en assurant sa place au commerce de proximité.

### Qualité environnementale et mixité sociale

Son architecture épurée anticipe les évolutions à venir en matière de développement durable grâce à ses performances énergétiques notamment, et s'inscrit dans de nouveaux espaces verts, qui représentent 35 % de la surface au sol. Commerces et services de proximité (boulangerie, pharmacie, salon de coiffure, salle de sport...) prennent place dans la galerie commerciale tandis que la place centrale, dont Immo Mousquetaires s'est porté acquéreur, permet d'organiser des animations en coordination avec la mairie.



# L'INNOVATION, L'ADN DES MOUSQUETAIRES

Les Mousquetaires ont construit un groupe de distribution atypique et original, tant par son organisation, sa gouvernance que par sa capacité à innover commercialement. De l'affichage du prix au litre et au kilo à l'édition du premier indicateur de prix jusqu'au développement de services tels que K-Ryole, les Mousquetaires n'ont de cesse de challenger leur modèle et de réinventer le métier de distributeur.

## FUTUR

### Vers un commerce hybride et pluriactivité

Mener la révolution du commerce « physique » et devenir le premier réseau national à conduire des tests de nouveaux concepts, de nouveaux produits et de nouvelles technologies : c'est autour de ces deux ambitions que les Mousquetaires ont bâti leur stratégie d'innovation. Celle-ci repose sur la conviction que, demain, le commerce hybride pluriactivité sera le moteur de l'économie locale. Et ce, bien sûr, tout en prenant en compte les spécificités de chaque territoire et la mission de chaque point de contact physique et digital.

Avec un point de vente tous les 17 kilomètres en France, les Mousquetaires disposent d'un maillage territorial exceptionnel qui leur permet de relever ce défi. Leur démarche se veut avant tout humaine, pragmatique, facilitant la vie du consommateur via le « digital », créatrice de valeur et bénéfique pour l'économie locale, tant pour les points de vente que pour leurs partenaires engagés dans les projets d'innovation. Start-up, grandes écoles, pôles de compétitivité... travaillent ainsi avec les Mousquetaires sur des projets de recherche et développement pour construire les modèles économiques de demain.

SHOPOPOP  
**LA LIVRAISON FACILE**



Une solution à la fois économique et rentable, centrée sur le collaboratif et l'humain. Cette offre a d'abord été testée entre le mois de février et le mois de juillet 2018 à Flers (61) et Bordeaux (33), avant d'être déployée à Toulouse (31).



TEST

#### **WIIGO : UN ROBOT QUI FACILITE LE QUOTIDIEN**

Intermarché et Bricomarché testent un chariot futuriste. Baptisé WiiGo, ce robot, capable de supporter une charge de 40 kg, a pour objectif de faciliter le quotidien des personnes à mobilité réduite (femmes enceintes, personnes handicapées ou personnes âgées). Développé en partenariat avec la start-up Follow Inspiration, ce chariot s'appuie sur une solution de reconnaissance visuelle permettant d'identifier le client en moins de 2 secondes. Une fois celui-ci reconnu, il l'accompagne dans les allées du magasin et lui permet d'éviter tous les obstacles rencontrés sur son parcours (marchandises, palettes, clients...). Expérimenté dans les points de vente Intermarché et Bricomarché d'Auxonne (21), WiiGo a rencontré un accueil très positif.





## SENIORS Bien chez Moi

Le Groupement répond aux enjeux du « bien vieillir » en lançant un premier test de point de vente dédié aux seniors actifs.

Ce concept, non-alimentaire, propose aux seniors une approche positive et dynamique du vieillissement, une phase de vie où l'on a plus de temps et le souhait de l'occuper au mieux. Ce point de vente pilote est situé à Flers (61) dans la galerie commerciale de l'Intermarché. Il s'articule autour de quatre univers thématiques : se sentir bien, s'ouvrir l'esprit, aménager sa maison, et être connecté. Avec ce nouveau concept, le Groupement confirme plus que jamais son engagement d'apporter le mieux-être au plus grand nombre.



## DERNIER KILOMÈTRE La K-Ryole décolle

Quatre points de vente Intermarché, situés en région lyonnaise, testent la remorque K-Ryole pour assurer les livraisons du dernier kilomètre.

D'une technologie innovante, la smart remorque permet de transporter jusqu'à 250 kilos, jusqu'à 25 km/h, grâce à l'assistance de deux moteurs électriques. Des capteurs mesurent les efforts entre le vélo et la remorque afin d'ajuster la vitesse et de rendre la remorque quasiment

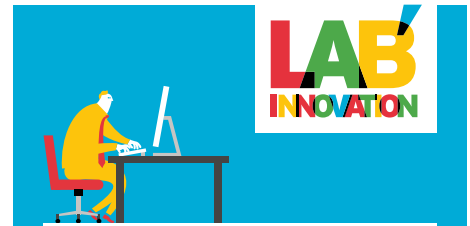
imperceptible pour le cycliste. Ainsi, Intermarché est le premier distributeur à essayer cette smart remorque pour assurer la logistique du dernier kilomètre. Ses avantages sont multiples. Elle offre un gain de temps en évitant les bouchons et la recherche d'une place de parking. Pistes cyclables, voies piétonnes, quartiers ou sites industriels interdits aux voitures lui sont accessibles.

NOVOLYZE

## L'INNOVATION EN GERME

La start-up Novolyze, lauréate du concours organisé par le Lab'innovation lors du salon Food Use Tech 2017, développe des germes modèles stabilisés, prêts à l'emploi, afin d'aider les industriels de l'agroalimentaire à valider l'efficacité de destruction microbiologique de leurs équipements industriels en conditions réelles.

La gamme de germes modèles Novolyze a été qualifiée pour différents produits (épices, fruits à coques, poudres, céréales...), procédés (extrusion, pasteurisation vapeur, cuisson, séchage...) et pathogènes (salmonelle...). Le test est actuellement en cours dans les usines de la SVA Jean Rozé.

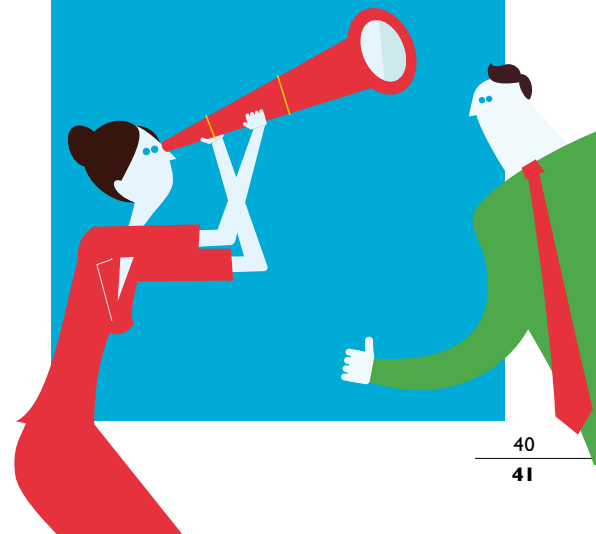


LAB'INNOVATION

### FAIRE GRANDIR LES IDÉES

La démarche des Mousquetaires s'appuie sur la collaboration et le partage direct, à travers une plateforme ouverte à tous les adhérents et à tous les collaborateurs : le Lab'innovation. Cette plateforme a été conçue pour faire émerger des idées et favoriser l'innovation sur l'ensemble des métiers du Groupement. Chacun peut y semer son idée et la faire grandir et soutenir par la Direction de l'innovation ou la tester en conditions réelles dans un point de vente. C'est ainsi que naissent des projets pour améliorer l'expérience des consommateurs, la sécurité et la santé au travail ou encore des idées pour accroître les performances ou réduire l'empreinte écologique des activités du Groupement et de ses clients. Deux exemples :

- la vente de miel en vrac dans le Bricomarché de Montmorot (39), en partenariat avec un apiculteur local ;
- SOS Brico : un distributeur automatique de matériels de bricolage, accessible 24h/24 et 7j/7. Ce projet sera testé courant 2019.



DEUX LAURÉATES  
**ENGAGÉES  
POUR  
LA SANTÉ**

Parmi les lauréats du Concours Coup de pouce 2017, Alizée Gottardo et Sandrine Bender sont les créatrices de Meyko, un petit compagnon bleu connecté destiné aux enfants asthmatiques. Accompagnées à Nantes par l'incubateur IMT Atlantique, elles ont remporté le premier prix, doté de 10 000 euros pour leur solution ludique d'amélioration de l'observance, qui contribue à l'efficacité des traitements contre l'asthme.



Meyko a été développé avec le soutien de la Fondation Le Roch-Les Mousquetaires.

# ENCOURAGER LA CRÉATION D'ENTREPRISE

Depuis toujours, les Mousquetaires promeuvent l'initiative privée et la création d'entreprise, synonymes de vitalité des territoires.



## LA FONDATION LE ROCH-LES MOUSQUETAIRES encourage l'audace

Engagés dans le développement économique de leurs territoires d'implantation, les Mousquetaires soutiennent également la création d'entreprise. Telle est l'ambition portée par la Fondation Le Roch-Les Mousquetaires.

L'entrepreneuriat est dans l'ADN des Mousquetaires : tous les points de vente sont exploités par des chefs d'entreprise indépendants. Le Groupement s'engage logiquement dans le soutien et l'accompagnement à la création d'entreprise. C'est la clé de voûte des initiatives menées par la Fondation Le Roch-Les Mousquetaires qui, depuis près de vingt ans, mobilise les énergies et les ressources en accompagnant des projets audacieux aux enjeux économiques et sociétaux majeurs.

Ainsi, promoteur engagé pour l'initiative économique, la Fondation consacre 200 000 euros par an pour soutenir les jeunes entrepreneurs dans le développement de leurs activités. Par le

biais de concours dont elle est à l'origine, elle dote près d'une trentaine de start-up chaque année :

- le Prix Audace récompense les auto-entrepreneurs les plus prometteurs en partenariat avec l'Union des Auto-Entrepreneurs,
- le concours Coup de Pouce, organisé en adossement à de grandes écoles, des universités et des incubateurs, distingue les start-up et les étudiants entrepreneurs.

Parallèlement, la Fondation coédite l'*Observatoire de l'Auto-Entrepreneur*, qui agit pour le développement du travail indépendant. Il s'agit de l'édition d'un baromètre réalisé chaque trimestre par *OpinionWay* qui interroge par sondage près de 3 000 travailleurs indépendants, chefs d'entreprise et salariés sur des questions clés liées à l'économie de proximité et aux évolutions sociales et sociétales.

CHIFFRES CLÉS



**153 créateurs**  
d'entreprise et entrepreneurs  
ont été soutenus par la  
Fondation depuis son origine



**1 600 000 €**  
d'aides versées  
depuis sa création



**Belgique**

493 millions € de CA  
77 Intermarché  
1 862 collaborateurs

**Portugal**

2,08 milliards € de CA  
245 Intermarché  
37 Bricomarché  
32 Rody  
14 000 collaborateurs

**Pologne**

1,66 milliard € de CA  
233 Intermarché  
148 Bricomarché  
13 700 collaborateurs



Les Mousquetaires

## LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS L'EUROPE DES MOUSQUETAIRES

En Belgique, comme en Pologne et au Portugal, les Mousquetaires déploient leur stratégie de développement durable selon la même approche que leurs homologues français. Ils agissent ainsi sur toute la chaîne de valeurs pour réduire l'impact de leurs activités.

Au même titre que les autres filiales du Groupement, ces pays ont donc mis en place des actions dans chacun des domaines qui constituent les trois axes fondamentaux de leur stratégie : construire une relation forte avec leurs clients, porter une attention constante aux collaborateurs et être un acteur de proximité responsable.



## Construire une relation forte avec nos clients

• **Les Mousquetaires ambitionnent de proposer à leurs clients des produits plus sains, sûrs et de qualité.**

Ils s'engagent donc sur les conditions sociales et environnementales de production, notamment par la mise en place de partenariats durables avec leurs fournisseurs et à travers une politique d'achats responsables. Aux côtés de leurs fournisseurs et au contact de leurs clients, ils font progresser leurs produits et services pour une consommation plus responsable.

### BELGIQUE Intermarché mise sur le bio

Les Mousquetaires belges ont continué à renforcer leur offre en produits bio et locaux avec, en 2017, l'introduction d'une nouvelle gamme de fruits et légumes. Cette même année, les ventes de l'ensemble des produits bio ont progressé de 50 %.

### PORTUGAL Une plateforme collaborative pour les fournisseurs

Intermarché est partenaire de Trace One depuis 2012. Cette plateforme collaborative permet d'optimiser les approvisionnements, d'accélérer le développement des produits à marque propre et de fluidifier les relations entre les fournisseurs et le service qualité. En 2017, 135 fournisseurs ont rejoint cette plateforme.

### PORTUGAL Les Mousquetaires soutiennent les filières locales

Le label « Programa Origens » valorise les fruits et légumes, la viande et le poisson provenant du Portugal. En 2017, 70 producteurs ont bénéficié de ce label et leurs produits ont représenté 13,74 % des ventes de leur catégorie. Objectif : soutenir les filières locales tout en permettant aux consommateurs d'accéder à des produits frais et de qualité, au meilleur prix.

## NOS INDICATEURS



**30** références

à marque propre spécifiques à la Belgique ont intégré le Nutri-Score sur leur packaging. Depuis août 2018, le Nutri-Score est reconnu par les autorités de santé belges.



**72%**

de fournisseurs sont membres de la plateforme Trace One.



**410** produits à

marque propre d'Intermarché sont labellisés «Portugal Sou Eu», c'est-à-dire fabriqués au Portugal, soit 60 % de ses références.





## Porter une attention constante aux collaborateurs

• **Les Mousquetaires sont convaincus de l'impact réel de la qualité de vie au travail sur la performance globale de l'entreprise.** Les salariés qui se sentent bien dans leur environnement professionnel travaillent mieux. La qualité de vie au travail favorise la motivation, la fidélisation et la productivité. Au-delà d'une gestion efficace et cohérente des ressources humaines, les Mousquetaires s'attachent donc à porter une attention constante à leurs collaborateurs.

### PORTUGAL

#### Une plateforme e-learning

Le e-learning a le double mérite de faciliter l'accès de tous les collaborateurs à la formation et de réduire les coûts de déplacement. Lancé en 2012 avec un module consacré au merchandising, le e-learning ne cesse de se développer : une dizaine de modules ont été mis en ligne. Ils permettent ainsi la montée en compétences des collaborateurs.

### BELGIQUE

#### Une démarche santé et sécurité au travail renforcée

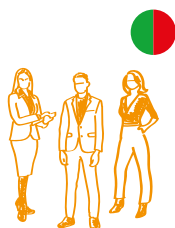
Les Mousquetaires ont poursuivi la mise en place de leur démarche santé et sécurité au travail, en mettant l'accent sur la prévention incendie. Deux cycles de formation à la sécurité au travail ont été proposés aux chefs d'entreprise et aux directeurs de magasin. Près de 50 % ont été formés en 2017.

### POLOGNE

#### Un programme pour développer de nouvelles compétences

Le programme « Voilà ! » a été lancé en 2018. Destiné à tous les collaborateurs pour permettre leur montée en compétences, il propose différentes solutions pour l'acquisition et le développement de nouvelles qualifications : formations et ateliers, « mentoring », programme « Talent d'Or ». Ces solutions sont mises en œuvre sur la base d'un plan individuel de développement.

## NOS INDICATEURS



**13 000**

personnes ont suivi une formation e-learning depuis la mise en place de la plateforme en 2012.



**19**

chefs d'entreprise et collaborateurs ont été formés comme « conseiller prévention »



**327**

collaborateurs ont bénéficié du programme « Voilà ! »



## Être un acteur de proximité responsable

Depuis plus de 20 ans, les Mousquetaires ont ancré leur activité dans les territoires belges, portugais et polonais.

Au sein de leurs différents sièges opérationnels, dans leurs entrepôts logistiques et leurs points de vente, plus de 30 000 collaborateurs vivent, travaillent et se déplacent chaque jour.

Maîtriser les impacts environnementaux, créer de la valeur, développer les liens sociaux, tels sont aujourd'hui les enjeux dans ces pays.

### BELGIQUE ET POLOGNE Quand les Mousquetaires luttent contre le gaspillage alimentaire

Les Mousquetaires belges s'engagent contre le gaspillage en offrant leurs invendus aux banques alimentaires dans le cadre établi par l'Agence fédérale pour la sécurité de la chaîne alimentaire (Afsca). En Pologne, Intermarché soutient également les banques alimentaires en organisant des collectes dans ses points de vente : trois collectes ont permis de récolter plus de 20 tonnes de denrées alimentaires en 2017.

### POLOGNE Les Mousquetaires financent des aires de jeux plus sûres

Avec le soutien de leur Fondation, les Mousquetaires accompagnent les

communes dans la construction d'aires de jeux répondant aux normes de sécurité actuelles. En 2017, ils ont ainsi permis la construction de huit aires de jeux. Depuis le début de ce projet, 136 aires de jeux ont été construites dans tout le pays.

### BELGIQUE Une performance énergétique accrue pour les points de vente

L'objectif de réduction de l'empreinte écologique se traduit par des actions de mise à niveau des points de vente conjuguées aux projets d'agrandissement : amélioration de l'isolation, vitrages à contrôle solaire, panneaux photovoltaïques, récupération de la chaleur au niveau des groupes froid, éclairage 100 % LED, récupération des eaux de pluie et bornes de recharge électrique pour les voitures.

### PORTUGAL Les Mousquetaires solidaires de l'action des pompiers

Les Mousquetaires portugais soutiennent l'action des pompiers portugais, grâce à une opération de produit-partage organisée dans les Intermarché, Bricomarché et Rody. L'argent récolté permet l'achat d'équipements de protection pour lutter contre les incendies de forêt. Au-delà de la campagne nationale annuelle, les points de vente appuient toute l'année les corporations locales de pompiers volontaires. En 2017, un millier d'équipements de protection individuelle a été offert à 200 d'entre elles.

## NOS INDICATEURS



**2 870** personnes ont répondu à l'appel de la Croix-Rouge en Pologne à donner leur sang. Pour la dixième année consécutive, des véhicules dédiés ont stationné sur les parkings des Intermarché et des Bricomarché permettant aux clients de réaliser ce geste citoyen.



**50 000** c'est le nombre de femmes qui ont bénéficié d'une mammographie, depuis dix ans, dans le cadre du programme « Mousquetaires pour les Polonaises » organisé sur les parkings des Intermarché et des Bricomarché. En 2017, 8 500 femmes ont effectué cet examen.



## acteurs d'un développement responsable



RAPPORT DÉVELOPPEMENT DURABLE

## NOS PROGRÈS EN 2017

Parce que le développement durable s'appuie sur une démarche d'amélioration continue,

le Groupement s'est doté d'une série d'indicateurs de suivi de ses performances sur les trois piliers de sa stratégie développement durable.

Une sélection de ces indicateurs est détaillée ci-après pour rendre compte des progrès réalisés. Ceux-ci couvrent pour la plupart l'ensemble du périmètre d'activité du Groupement en France, en Belgique, au Portugal et en Pologne, dans les activités amont (filiales) et aval (points de vente).

### LA STRATÉGIE DÉVELOPPEMENT DURABLE 2018-2025

#### CLIENTS

**Construire une relation forte avec nos clients**

**100%** des PNF/PNM responsables dans des points de vente durables en 2025

#### PLANS D'ACTION

Plan filières transparentes et responsables

Plan produits sûrs, sains et de qualité, dans des points de vente irréprochables

#### COLLABORATEURS

**Porter une attention constante aux collaborateurs**

**2020** Un plan santé appliqué aux filiales et aux points de vente

#### PLANS D'ACTION

Plan santé, sécurité et bien-être au travail

Plan employabilité, mobilité et diversité

#### TERRITOIRES

**Être un acteur de proximité responsable**

**100%** de déchets valorisables et zéro gaspillage alimentaire d'ici 2020

**40%** de réduction de nos dépenses d'énergies

**32%** d'énergies renouvelables utilisées d'ici 2030

#### PLANS D'ACTION

Plan économie circulaire

Plan développement socio-économique local

# Construire une relation forte avec nos clients

PLAN	THEMATIQUE	INDICATEUR	UNITE	PERIMETRE	2015	2016	2017	OBJECTIFS ANNUELS	PERFORMANCE
Plan filières transparentes et responsables	Huile de palme	Part de l'huile de palme durable	%	France	70% tracée et durable	70% tracée et durable	Evaluation en cours	Nouvelle évaluation France en 2018 - 100 % d'huile de palme tracée jusqu'au premier importateur et durable en 2020	👉
	Produits responsables	Part du chiffre d'affaires réalisé par des produits responsables	%	France (Intermarché et Netto)	4%	4,50%	5,07%	Augmentation de la part du chiffre d'affaires de 5% par an	✅
			%	Portugal (Intermarché)	0,04%	0,03%	0,07%	Augmentation de la part du chiffre d'affaires de 5% par an	👉
			%	Pologne	0,23%	0,16%	0,80%	Augmentation de la part du chiffre d'affaires de 5% par an	✅
	Produits responsables	Évolution chiffre d'affaires/chiffre d'affaires n-1 des références responsables (bio, commerce équitable, écologique) (MDD + MN)	%	France (Intermarché et Netto)	8,90%	15,60%	14,50%	Augmentation de 10 % par an du chiffre d'affaires	✅
	Produits responsables	Nombre de références responsables (bio, commerce équitable, écologique) (MDD + MN) par rapport à l'année n-1	Nb	Portugal	406	566	587	Augmentation de 10 % par an du nombre de références	👉
			Nb	Belgique	236	206	326	Augmentation de 10 % par an du nombre de références	✅
			Nb	Pologne	142	347	ND	Augmentation de 10 % par an du nombre de références	👉
	Produits responsables	Chiffre d'affaires des produits labellisés bio par rapport à l'année n-1	%	France (Intermarché et Netto)	8,30%	19,80%	21%	Augmentation de 10 % du chiffre d'affaires bio par an	✅
		Nombre de références bio	Nb	Portugal (Intermarché)	98	133	218	Augmentation de 10 % par an du nombre de références bio	✅
			Nb	Pologne (Intermarché)	139	317	ND	Augmentation de 10 % par an du nombre de références bio	👉
			Nb	Belgique (Intermarché)	220	182	224	Augmentation de 10 % par an du nombre de références bio	✅
	Produits responsables	Chiffre d'affaires des produits issus du commerce équitable par rapport à l'année n-1	%	France (Intermarché et Netto)	91,70%	17,80%	6,50%	Augmentation de 10 % du chiffre d'affaires des produits issus du commerce équitable	👉
	Produits responsables	Chiffre d'affaires des produits écologiques (Ecolabel, NF Environnement) par rapport à l'année n-1	%	France (Intermarché et Netto)	7%	9,20%	6,90%	Augmentation de 10 % du nombre de références	👉
		Nombre de références écologiques (Ecolabel, NF Environnement)	Nb	Portugal (Bricomarché)	308	433	364	Augmentation de 10 % par an du nombre de références	❌
			Nb	Belgique (Intermarché)	18	13	13	Augmentation de 10 % par an du nombre de références	👉
%			Global tous pays	61%	57%	50%	Augmentation de 10% par an du % des fournisseurs certifiés IFS	❌	
Démarche qualité	Part de fournisseurs avec un niveau de qualité acceptable par rapport au référentiel interne	%	Global tous pays	88%	91%	96%	Maîtrise du niveau de performance acceptable supérieur à 95% pour toutes les enseignes et dans tous les pays	✅	
		%	Global tous pays	92,97%	92,74%	88,43%	Maîtrise du niveau de performance acceptable en qualité sensorielle > 95 % toutes enseignes tous pays	❌	
		%	Global tous pays	92,97%	92,74%	88,43%	Maîtrise du niveau de performance acceptable en qualité sensorielle > 95 % toutes enseignes tous pays	❌	
Démarche qualité	Part de produits avec un niveau acceptable en perception consommateur par rapport à la cible qualité	%	France	95,76%	96,76%	96,29%	100% d'adhésion tous pays	❌	
		%	Portugal	99,01%	98,08%	98,41%	100% d'adhésion tous pays	❌	
		%	Belgique	100%	100%	100%	100% d'adhésion tous pays	✅	
		%	Pologne	100%	100%	100%	100% d'adhésion tous pays	✅	
Démarche qualité	Taux d'adhésion du réseau au dispositif d'audit QHSE des points de vente	Nb	Global tous pays	97%	97%	95%	Maîtrise du niveau de performance acceptable en qualité des points de vente > 95%	✅	
		%	Global tous pays	100%	100%	100%	100% d'adhésion tous pays	✅	
		%	France	100%	97%	98%	Maîtrise du niveau de performance acceptable en image des points de vente > 95%	✅	
		Nb	France	37727	45625	62200			
	Nombre de contacts consommateurs traités par an par l'amont	Nb	Belgique	3300	3520	ND			
		Nb	Pologne	9644	17629	15051			
		Nb	Portugal	3032	1035	700			

Certains indicateurs sont évalués selon leur niveau de performance par rapport à l'objectif fixé

- ✅ Performance en cohérence avec l'objectif
- 👉 Performance en progrès par rapport à l'année précédente mais non cohérente avec l'objectif
- ❌ Pas de progrès par rapport à l'année précédente et performance en dessous de l'objectif

SIÈGES : SERVICES CENTRAUX DU GROUPEMENT  
BASES : ENTREPÔTS LOGISTIQUES

UP : UNITÉS DE PRODUCTION  
PDV : POINTS DE VENTE

ND : NON DISPONIBLE

Pour la France, les indicateurs couvrent les effectifs des sièges, entrepôts logistiques et unités de production. Pour les pays, les indicateurs couvrent les effectifs des sièges et des entrepôts logistiques.



## Porter une attention constante aux collaborateurs

PLAN	THEMATIQUE	INDICATEUR	UNITE	PERIMETRE	2015	2016	2017	
Plan santé, sécurité et bien-être au travail	Santé & sécurité	Taux de fréquence des accidents	%	Logistique Alimentaire France	60%	52%	56%	
			%	Agromousquetaires	51%	47%	44%	
		Taux de gravité des accidents	%	Logistique Alimentaire France	2%	2%	2%	
			%	Agromousquetaires	2%	2%	2%	
			Nombre de collaborateurs formés à la sécurité	Nb	Global tous pays	ND	7013	4856
			Nombre d'heures de formation et nombre de personnes formés en hygiène aux points de vente	heures	Global France	ND	21 287	34 713
		Nb		(Intermarché, Poivre Rouge, Netto) Global France	ND	6082	9 918	
	Bien-être au travail	Taux d'absentéisme global		%	France	7,5%	7,3%	5,9%
				%	Portugal	7,3%	7,7%	8,5%
				%	Belgique	8,5%	9,6%	8,4%
			%	Pologne	11,6%	15,6%	9,5%	
Plan diversité, employabilité et mobilité	Collaborateurs	Part des contrats CDD sur le nombre total de contrats signés	%	France	6,6%	14,5%	12,4%	
			%	Points de vente Intermarché France	ND	13,7%	13,6%	
			%	Portugal	15,6%	14,3%	15,5%	
			%	Belgique	0,7%	0,4%	0,4%	
			%	Pologne	21,3%	2,8%	14,0%	
		Part des contrats CDI sur le nombre total de contrats signés	%	France	93,4%	85,9%	85,7%	
			%	Points de vente Intermarché France	ND	86,2%	84,1%	
			%	Portugal	84,4%	85,7%	84,2%	
			%	Belgique	99,3%	99,6%	99,6%	
			%	Pologne	78,7%	97,2%	81,7%	
		Part des CDI signés par des jeunes diplômés de moins de 26 ans sur le nombre total de contrats signés (CDI + CDD)	%	France (sièges, bases, UP)	2,5%	6,5%	37,1%	
			%	Portugal (sièges, bases)	0,6%	0,0%	0,0%	
	%		Belgique (sièges, bases, UP)	47,1%	69,6%	42,9%		
	%		Pologne (sièges, bases)	3,4%	2,2%	2,1%		
	Salariés dont l'âge est inférieur à 30 ans	%	France	17,2%	31,8%	32,9%		
		%	Points de vente Intermarché France	ND	35,6%	36,7%		
		%	Portugal	17,5%	17,4%	9,5%		
		%	Belgique	21,5%	19,4%	13,1%		
		%	Pologne	29,1%	21,2%	21,0%		
	Salariés dont l'âge est compris entre 30 et 45 ans	%	France	40,8%	34,7%	31,2%		
		%	Points de vente Intermarché France	ND	33,6%	29,4%		
		%	Portugal	64,3%	63,2%	66,0%		
		%	Belgique	49,8%	46,3%	46,8%		
		%	Pologne	58,4%	66,2%	63,3%		
	Salariés dont l'âge est compris entre 45 ans et 55 ans	%	France	31,6%	22,6%	25,1%		
		%	Points de vente Intermarché France	ND	20,3%	23,3%		
		%	Portugal	14,0%	16,3%	19,9%		
		%	Belgique	25,1%	25,2%	26,6%		
	%	Pologne	8,5%	9,2%	12,2%			
Salariés dont l'âge est supérieur à 55 ans	%	France	10,3%	10,9%	8,1%			
	%	Points de vente Intermarché France	ND	10,5%	7,1%			
	%	Portugal	4,2%	4,3%	6,4%			
	%	Belgique	3,6%	9,2%	3,9%			
	%	Pologne	3,9%	3,4%	6,0%			
Durée moyenne des contrats de travail	ans	France	12,33	12,4	11,4			
	ans	Sièges France	ND	ND	5,1			
	ans	Portugal	8,87	9,15	9,82			
	ans	Pologne	6,6	6,5	10,88			
	ans	Belgique	12	11	7,08			
Collaborateurs	Part des CDI dans le nombre total de contrats signés sur l'année (CDI + CDD)	%	France	21,6%	25,5%	28,3%		
		%	Points de vente Intermarché France	ND	19,0%	ND		
		%	Portugal	31,9%	3,6%	7,8%		
		%	Belgique	88,2%	95,7%	96,4%		
		%	Pologne	28,4%	43,4%	19,1%		
	Part des démissions dans le nombre total de départs	%	France	11,5%	17,9%	14,9%		
		%	Points de vente Intermarché France	ND	8,6%	ND		
		%	Portugal	60,6%	42,0%	55,7%		
		%	Belgique	41,7%	76,9%	64,3%		
		%	Pologne	49,2%	59,0%	73,2%		
	Part des départs à la retraite dans le nombre total de départs	%	France	3,0%	3,5%	4,5%		
		%	Points de vente Intermarché France	ND	3,2%	ND		
%		Portugal	0,0%	1,7%	1,1%			
%		Belgique	0,0%	0,0%	0,0%			
	%	Pologne	0,0%	1,7%	0,6%			
Diversité	Part des femmes dans l'effectif	%	France (sièges, bases, PDV)	35,0%	61,1%	61,8%		
		%	Points de vente Intermarché France	ND	68,6%	68,2%		
		%	Portugal (sièges, bases, PDV)	50,0%	47,0%	44,5%		
		%	Belgique (bases)	5,5%	6,0%	7,6%		
		%	Pologne (bases)	19,6%	17,7%	17,9%		
	Part des femmes dans la catégorie cadre dans l'effectif	%	France	39,9%	39,5%	37,8%		
		%	Sièges France	47,8%	48,0%	54,2%		
		%	Points de vente Intermarché France	ND	51,0%	ND		
		%	Portugal	33,9%	38,7%	33,0%		
		%	Belgique	23,1%	28,9%	18,0%		
		%	Pologne	50,5%	45,5%	47,1%		
	Part des femmes dans la catégorie manager dans l'effectif	%	France	34,7%	50,7%	47,4%		
%		Sièges France	53,7%	ND	ND			
%		Points de vente Intermarché France	ND	51,0%	47,5%			
%		Portugal	35,1%	37,7%	36,3%			
	%	Belgique	20,0%	45,8%	36,8%			
	%	Pologne	15,4%	60,2%	56,9%			
Employabilité		Nombre d'heures de formation amont	Nb	Global tous pays	ND	337 000	354 000	

## Être un acteur de proximité responsable

PLAN	THEMATIQUE	INDICATEUR	UNITE	PERIMETRE	2015	2016	2017	OBJECTIFS ANNUELS	PERFORMANCE
Plan économie circulaire	Énergie	Nombre de kWh (électricité) consommés	MWh	France (UP, bases, PDV) hors sièges	2 294 321	2 306 000	2 268 000	40 % d'économie par rapport aux consommations globales 2012, à périmètre constant	
		Nombre de kWh (électricité) consommés	MWh	Portugal	131 039	1 7345	1 8345	En attente d'objectif	
			MWh	Belgique	5 268	38 555*	39 555*	En attente d'objectif	
			MWh	Pologne	8 000	150 000*	151 000*	En attente d'objectif	
		Nombre de sites certifiés ISO 50001 France	Nb	Sièges	2	2	2	100 % des sites concernés certifiés (ou audits réglementaires) fin 2020	✓
			Nb	Bases	0	40	40	100 % des sites concernés certifiés (ou audits réglementaires) fin 2020	✓
			Nb	UP	14	14 + 15 en démarche	13	100 % des sites concernés certifiés (ou audits réglementaires) fin 2020	🟡
		Bilan des consommations électriques par m <sup>2</sup> pour les points de vente	kWh/m <sup>2</sup>	France : Brico Cash	67	64	64	40 % d'économie par rapport aux consommations globales 2014, à périmètre constant	🟡
			kWh/m <sup>2</sup>	France : Roady	ND	146	143	40 % d'économie par rapport aux consommations globales 2014, à périmètre constant	🟡
			kWh/m <sup>2</sup>	France : Netto	435	428	447	40 % d'économie par rapport aux consommations globales 2014, à périmètre constant	✗
			kWh/m <sup>2</sup>	France : Bricomarché	90	78	81	40 % d'économie par rapport aux consommations globales 2014, à périmètre constant	✗
			kWh/m <sup>2</sup>	France : Intermarché	541	518	522	40 % d'économie par rapport aux consommations globales 2014, à périmètre constant	✗
			kWh/m <sup>2</sup>	France : Poivre Rouge	727	693	697	40 % d'économie par rapport aux consommations globales 2014, à périmètre constant	✗
			kWh/m <sup>2</sup>	France : Netto	435	428	447	40 % d'économie par rapport aux consommations globales 2014, à périmètre constant	✗
		Nombre de kWh cumac validés France (valeur cumulée)	kWh	Global France kWh validés	2 717 254 718	3 643 305 999	4 450 772 389	Augmentation du nombre de kWh cumac validés en France de 30 %/an	🟡
	Part des camions équipés au biogaz	%	France	ND	2%	2%			
	Part des camions équipés en GNL ou GNC Logistique alimentaire- camion en propre	%	France	ND	ND	6,90%	100 % en 2020	🟡	
	Nombre de tonnes de biocarburant produites	Tonnes	France	67 119	69 840	70 640	Atteindre une capacité de 75 000 tonnes	🟡	
	Déchets - Clients	Tonnage de lampes récupérées par rapport à l'année n-1	Tonnes	France	170	152	92,42	5% de plus par an de lampes récupérées	✗
			Tonnes	Portugal	0,61	1,92	2,78	5% de plus par an de lampes récupérées	✓
		Tonnage de piles récupérées par rapport à l'année n-1	Tonnes	France	783	664	676	5% de plus par an de piles récupérées	🟡
			Tonnes	Pologne	28,2	20,6	4,91	5% de plus par an de piles récupérées	✗
		Tonnage de D3E récupérés	Tonnes	France	102	99	94	5% de plus par an de D3E récupérés	✗
			Tonnes	Portugal	6,4	21,4	24,87	5% de plus par an de D3E récupérés	✓
	Déchets - Opérations internes	Tonnage/Taux de cartons récupérés	Tonnes	France	126 285	125 498	125 760	5% de plus par an de cartons récupérés	🟡
			Tonnes	UP	4 620	3 585	2 729	5% de plus par an de cartons récupérés	✗
			Tonnes	Portugal	245	231*	256	5% de plus par an de cartons récupérés	✗
			Tonnes	Belgique	1 887	2 169	ND	5% de plus par an de cartons récupérés	✗
		Tonnage/Taux de plastiques récupérés	%	Pologne	61%	61%	61%		
			Tonnes	France	5 219	5 064	5 075	5% de plus par an de plastiques récupérés	🟡
			Tonnes	Portugal	1 024	1 348	693	5% de plus par an de plastiques récupérés	✗
			Tonnes	Belgique	359	324	287	5% de plus par an de plastiques récupérés	✗
		Tonnage du papiers utilisés pour la diffusion de prospectus	Tonnes	Belgique	130	163	ND	5% de plus par an de plastiques récupérés	🟡
%			Pologne	23,50%	23,52%	23,47%			
Tonnes			France Prospectus : 100 % PEFC	60 529	76 149	71 018	Diminution de 5 % par an	🟡	
Tonnes			Portugal	5 291	5 785	6 275	Diminution de 5 % par an	✗	
Plan développement économique local	Solidarité	Montant des sommes reversées pour des actions de solidarité (€)	€	France (Intermarché)	9 millions	11 millions	16 millions		
			€	Pologne	33 600	568 000	371 000		
			€	Portugal	843 743	567 323	1 300 000		

\*Hors points de vente







Les Mousquetaires - Direction de la communication et de l'information - Parc de Tréville  
3 allée des Mousquetaires - 91078 Bondoufle Cedex - Tél. 01 69 64 11 06 - [www.mousquetaires.com](http://www.mousquetaires.com)

Conception : Utopies, Noise - Rédaction : Les Mousquetaires, Utopies, Claire Guha - Conception graphique et réalisation : Noise  
Crédits Photos: Les Mousquetaires, Philip Plisson, Didier Depoorter, Cedric Daya, Brian du Halgouet, P.I iStock@Nikada,  
iStock@ViewApart, iStock@JaySi, iStock@JaySi, iStock@Siraphol, iStock@crossbrain66, iStock@GrapelImages - P.15 iStock@photomaru  
P.16 iStock@Lya\_Cattel - P.17 iStock@szefei, P.34 iStock@Dutchy - P.36 iStock@wavipicture - P.37 iStock@domoyega  
Illustration : Noise.fr - Ne pas jeter sur la voie publique - Photos non contractuelles - Sous réserve d'erreurs typographiques  
Imprimé en UE par JF Impression. - ITM Entreprises - RCS Paris 72 B 64 10

Siège social : 24, rue Auguste Chabrières 75 737 Paris cedex 15 - SAS au capital de 1 024 016 euros

Publication imprimée avec encres végétales sur papiers écoresponsables, fabriqués à partir de pâte certifiée FSC et issus de forêts durablement gérées.

