

2016

Rapport développement durable



Acteurs d'un
développement
responsable



SOMMAIRE

NOTRE DÉMARCHE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE	P. 4
NOUS ENGAGER POUR LE CLIMAT	P. 6
CONSTRUIRE UNE RELATION FORTE AVEC NOS CLIENTS	P. 8
PORTER UNE ATTENTION CONSTANTE À NOS COLLABORATEURS	P. 18
RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE	P. 24
NOUS IMPLIQUER DANS LA CO-CONSTRUCTION DURABLE DE NOS TERRITOIRES.....	P. 30
NOS PROGRÈS EN 2015	P. 35

Les Mousquetaires en chiffres

146 000
COLLABORATEURS

4

PAYS D'IMPLANTATION
France, Belgique, Portugal,
Pologne

3 593
**POINTS DE VENTE
EN EUROPE**

64

UNITÉS DE PRODUCTION
implantées en France

23

BATEAUX DE PÊCHE

6

ENSEIGNES
(Intermarché, Netto, Bricomarché,
Brico Cash, Roady, Poivre Rouge)

3 041

**CHEFS D'ENTREPRISE
INDÉPENDANTS**

46

BASES LOGISTIQUES



ÉDITO

Responsabilisation, mobilisation et action

La COP21 a incontestablement été l'événement géopolitique de l'année passée, avec un consensus planétaire autour de la nécessité d'agir vite contre le réchauffement climatique. Nul ne peut assurer que l'accord signé permettra de limiter la hausse de la température sous le seuil des deux degrés, mais le cap est désormais fixé. Nous n'avons bien sûr pas attendu ce signal pour réduire l'impact de nos activités. En témoigne le premier label "Enseigne Responsable" qui nous a été décerné par le Club Génération Responsable. Cette distinction souligne que nous sommes bien dans une démarche d'amélioration continue avec en perspective quatre enjeux majeurs.

La santé et le bien-être de nos collaborateurs : c'est en ce sens que nous avons lancé un plan santé 2020 structuré autour de la prévention des troubles musculo-squelettiques, des risques psycho-sociaux et de la pénibilité au travail.

L'énergie : nous avons développé un plan d'actions afin de massifier nos achats, réduire nos consommations et lancer un programme d'auto-production. Notre objectif est simple et ambitieux : économiser tout type d'énergie, en particulier réduire les consommations électriques de 30 % d'ici 2020 en nous comparant à notre profil de 2014.

L'économie solidaire et responsable : cet enjeu nous a conduits à travailler sur la réduction du gaspillage alimentaire ou le développement de filières d'achats responsables. Notre proximité avec le monde agricole, et avec les filières animales et végétales en France, doit permettre à Agromousquetaires de s'impliquer dans la transformation des pratiques culturelles des quinze prochaines années et de devenir leader dans ce domaine.



Didier Duhaupand
Président de la Société
Les Mousquetaires
Intermarké Le Cateau (59)



Jean-Marc L'Huillier
Président de la Direction
du développement durable
Intermarké Sancoins (18)

Nous intégrerons ainsi dans les recettes de nos produits des ingrédients issus d'une agriculture respectueuse de la nature.

Enfin, l'émergence de la "nouvelle économie" est en passe de redistribuer sérieusement les cartes dans l'industrie comme dans les services. Digitalisation, partage de la valeur, quête de sens des nouvelles générations, développement de l'économie circulaire, d'usage et de la consommation collaborative... Autant de sujets que nous souhaitons transformer en leviers d'innovations afin d'intégrer le développement durable dans notre stratégie globale.

Nous avons clairement l'ambition de nous développer de manière responsable et de promouvoir des modes de vie durables, au travers de nos rôles de distributeur, de producteur, d'employeur et d'acteur engagés dans nos territoires. Cela signifie construire une relation forte avec nos clients, porter une attention constante à nos collaborateurs, réduire au maximum notre empreinte environnementale et nous impliquer dans la co-construction durable de nos territoires.

Nous sommes donc plus que jamais dans la responsabilisation, la mobilisation et l'action pour devenir un Groupement d'entreprises responsables, c'est-à-dire un Groupement durable ! Un projet partagé par nos adhérents et nos collaborateurs, mais aussi par tous nos partenaires économiques, parties prenantes d'une aventure mobilisatrice, collective et collaborative.

LA DÉMARCHE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES MOUSQUETAIRES

Qui sont les Mousquetaires ?

Groupement de plus de 3 000 chefs d'entreprise indépendants, les Mousquetaires ont une gouvernance participative et un ancrage territorial qui leur confèrent une sensibilité très particulière aux enjeux environnementaux.



Des activités intégrées

Le réseau de plus de 3 500 points de vente sous six enseignes (Intermarché, Netto, Bricomarché, Brico Cash, Roady et Poivre Rouge) n'est que la partie émergée de l'iceberg. Les Mousquetaires intègrent aussi un pôle agroalimentaire de 64 sites de production, 46 bases logistiques et un pôle de services partagés (achats, marketing, informatique, qualité et développement durable, immobilier, etc.). Ils peuvent donc revendiquer leur positionnement unique en France de "producteur-commerçant". Cette organisation leur permet de maîtriser l'ensemble de la chaîne de valeur et d'avoir véritablement prise sur leur stratégie de développement durable.

Une gouvernance participative

100 % du capital des Mousquetaires est détenu par 1 500 adhérents associés. Ces chefs d'entreprise indépendants ont décidé d'acheter des parts dans le capital du Groupement et de participer activement à sa gouvernance et à sa direction.

Être associé leur donne des droits, mais aussi des devoirs. Comme tous les adhérents, ils s'engagent à consacrer bénévolement deux jours par semaine à des activités opérationnelles au sein des filiales du Groupement. Ils doivent également accompagner les jeunes adhérents dans leur parcours d'intégration... jusqu'au jour où ces derniers décideront de devenir eux-mêmes associés.



Un ancrage local

Les adhérents du Groupement des Mousquetaires sont des chefs d'entreprise indépendants : ils sont propriétaires du point de vente qu'ils exploitent et qu'ils dirigent au quotidien. Ancrés dans leur territoire, ils sont en relation directe avec leurs clients. En tant qu'employeurs, ce sont des acteurs importants de la vie économique locale.

Les 4 piliers de notre stratégie

CONSTRUIRE UNE RELATION FORTE AVEC NOS CLIENTS

Nous nous engageons à construire une relation forte et pérenne avec nos clients. Nous structurons pour cela des politiques d'approvisionnement et de production responsables. Nous proposons une offre de produits et services sûrs, de qualité, tracés et accessibles dans des points de vente irréprochables. Nous entendons également devenir des acteurs engagés pour faire évoluer les comportements de consommation de nos clients.



NOUS IMPLIQUER DANS LA CO-CONSTRUCTION DURABLE DE NOS TERRITOIRES

Profondément attachés à nos régions, nous participons à leur développement socio-économique, notamment au travers de partenariats équitables et durables avec les producteurs locaux et la promotion de leurs produits dans nos enseignes.



PORTER UNE ATTENTION CONSTANTE À NOS COLLABORATEURS

Il n'y a pas de performance économique durable sans performance sociale. Nos collaborateurs doivent donc se sentir bien dans leur environnement de travail, avoir de réelles opportunités d'évolution, partager nos valeurs, être formés et préparés aux métiers de demain.



RÉDUIRE AU MAXIMUM NOTRE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

Nous devons réduire notre empreinte environnementale notamment au travers de notre logistique, mais également au niveau de chaque point de vente pour maîtriser son empreinte carbone et la gestion de ses déchets, en particulier en luttant contre le gaspillage alimentaire.

NOUS ENGAGER POUR LE CLIMAT

La COP21 a donné l'occasion aux Mousquetaires de faire la preuve concrète de leur engagement en faveur du climat à tous les niveaux de leurs activités : les points de vente, les sites de production agroalimentaire et la chaîne logistique.

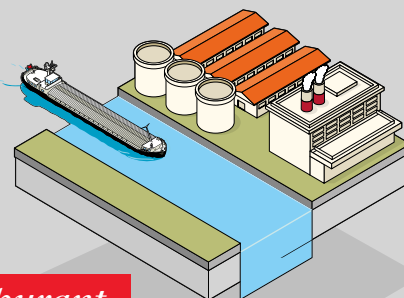
CLIMAT 2020 : DES ENGAGEMENTS CONCRETS

Aller vers le "zéro déchet" et le "zéro gaspillage alimentaire", réduire les consommations énergétiques de 30 %, engager toutes les entités du Groupement dans un processus de management de l'énergie et une certification ISO 50001, intégrer la traçabilité et la durabilité des matières premières végétales et animales dans sa stratégie d'achats... L'engagement du Groupement pour le climat est décliné de façon très concrète autour d'objectifs chiffrés et d'une échéance : l'année 2020.

AU RENDEZ-VOUS DE LA COP21

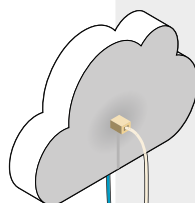
Du 30 novembre au 11 décembre 2015, les 195 États membres de l'ONU se sont réunis à Paris pour prendre l'engagement de réduire leurs émissions de gaz à effet de serre et de maintenir l'augmentation de la température en deçà de 2°C par rapport à l'ère pré-industrielle.

Les Mousquetaires ont répondu présent à ce rendez-vous en participant à "Solutions COP21", l'exposition des solutions proposées par la société civile. Avec ses partenaires du Club Génération Responsable, le Groupement a présenté un parcours pédagogique "de la matière première au consommateur" ainsi que les grands axes de sa stratégie de développement durable : les bio-carburants, la lutte contre le gaspillage alimentaire, son positionnement unique de producteur-commerçant et la consommation responsable.



Biocarburant

58 000 tonnes
de biodiesel produites dans notre
usine Estener ont été transportées
par barge en 2015.



Économie d'énergie

-30 % de consommation
énergétique, c'est notre objectif
en 2020 par rapport à 2014.

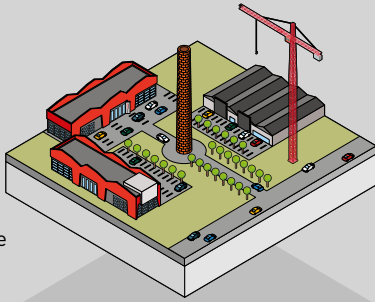
Non au gaspillage alimentaire

2 343 tonnes de fruits et
légumes moches ont été vendues
chez Intermarché et Netto.



Aménageurs de territoire

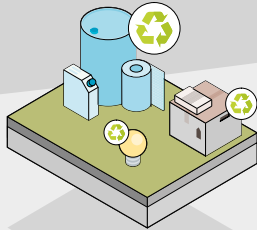
Nous reconvertissons
en éco-quartier une ancienne
sucrierie à Abbeville.



Recyclage des déchets

126 000

tonnes de carton sont collectées
et valorisées par an.



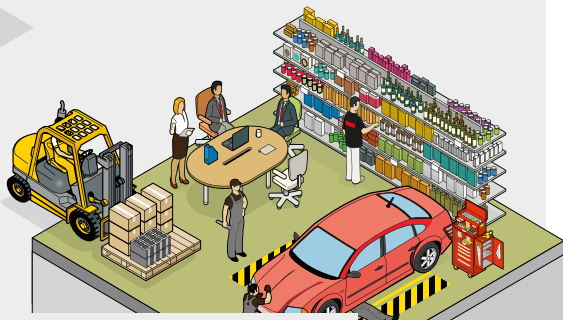
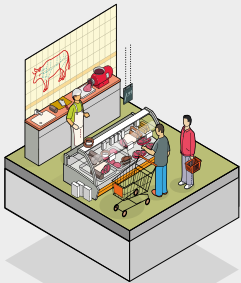
Consommation responsable

3 840 références de produits
bio, écologiques et équitables sont
proposées à nos clients (Europe).



Producteurs et commerçants

80 % de nos produits
alimentaires à marques propres
sont élaborés en France.



Le développement durable, c'est d'abord des femmes et des hommes

3 041
chefs d'entreprise et

146 000
collaborateurs sont mobilisés
sur le terrain.

LE CLUB DES ENSEIGNES RESPONSABLES

Le Club Génération Responsable, qui regroupe 75 enseignes ayant engagé une démarche de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), a profité de la COP21 pour remettre quinze "R Awards" distinguant des engagements concrets en matière de développement durable. Les Mousquetaires en ont obtenu deux : le R Award "Initiative déchets" a récompensé son engagement en faveur du tri des déchets ; quant au R Award "Initiative Point de vente", il a été remis à l'Intermarché de Combs-la-Ville (77), premier point de vente labellisé Breeam (norme européenne évaluant la qualité environnementale des constructions).

“

*Le développement durable est dans nos gènes
et dans nos valeurs fondatrices,
parce que c'est une démarche mobilisatrice,
collaborative et concrète.*

*Elle replace l'Homme et son environnement
au cœur de nos projets.*

*Elle ne peut être conduite sans l'engagement
des chefs d'entreprise et de leurs collaborateurs.*

*Elle nous enseigne que nos ressources sont
rares, précieuses, et qu'elles ne sont
pas toutes renouvelables.*

*Elle nous rappelle que chaque bien produit
est souvent coûteux pour l'environnement,
qu'il faut donc le faire durer et en prendre soin.*

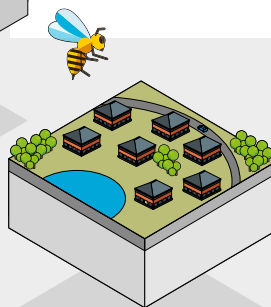
”

Jean-Marc L'Huillier

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

Priorité à la biodiversité

Le Parc de Tréville, siège
opérationnel des Mousquetaires,
a entamé une démarche
de labélisation biodiversité.



CONSTRUIRE UNE **RELATION FORTE** AVEC NOS CLIENTS



Conscient des mutations environnementales et sociétales à l'œuvre dans le monde occidental, le Groupement des Mousquetaires intègre dans sa stratégie d'approvisionnement et de distribution des enjeux tels que le changement climatique, la raréfaction des ressources naturelles et la consommation responsable.

Il s'engage ainsi à construire une relation forte et pérenne avec tous ses clients. Avec une offre de produits et services de qualité, sûrs, tracés et accessibles, le Groupement veut accompagner et, dans certains cas, impulser le changement de comportement et des pratiques de consommation de ses clients.

Pour une pêche durable

Le plan "Pêche durable", adopté par le Groupement en mars 2016, prévoit la fin progressive de la pêche en eaux profondes et de la vente des espèces d'eaux profondes en points de vente d'ici à 2025.

Cette décision, très attendue, a ainsi précédé son interdiction par l'Union Européenne.

Elle a été saluée par l'ensemble des organisations environnementales.

50 M€

D'INVESTISSEMENT

dans le plan
"Pêche durable 2025"

800 MÈTRES

**PROFONDEUR AU-DESSOUS
DE LAQUELLE LES MOUSQUETAIRES
ONT DÉCIDÉ DE NE PLUS PÊCHER**

depuis le 1^{er} janvier 2015

Pêcheur et distributeur responsable

Agromousquetaires va investir 50 millions d'euros dans le plan "Pêche durable 2025".

Le pôle agroalimentaire du Groupement des Mousquetaires prévoit notamment de poursuivre la transformation de la Scapêche (qui reste le premier armateur français de pêche fraîche) et de se désengager progressivement – sur dix ans au maximum – de la pêche au chalut et de la commercialisation des espèces de grands fonds. Après la décision prise en 2015 de façon volontaire (c'est-à-dire sans contrainte réglementaire) de ne plus pêcher au-dessous de 800 mètres, ce plan est une nouvelle étape dans la stratégie de pêche et de distribution responsable du Groupement.

Dialogue constructif

La Scapêche avait déjà très largement réduit ses prises en eaux profondes : en 2015, les espèces de grands fonds représentaient 16 % du total des prises, contre 41 % en 2005. L'abandon du chalutage en eaux profondes oblige toutefois l'armateur à transformer sa flotte et à réorienter ses activités vers la pêche côtière et artisanale. Il s'engage à le faire en préservant la totalité des emplois de la filière, en mer et à terre.

Le plan "Pêche durable 2025" a été élaboré avec une méthode innovante de travail, fondée sur un dialogue constructif avec l'ensemble des parties prenantes.

Il se poursuivra en concertation avec les ONG, l'interprofession et l'administration des pêches, les scientifiques et les institutionnels. Dans cet esprit, la Scapêche annonce l'abandon des processus de certification engagés auprès de MSC pour les espèces de grands fonds. Mais elle poursuit ses pratiques de pêche durable déjà certifiées par le MSC : le lieu noir, la sardine et le cabillaud.

METTRE LA QUALITÉ À LA PORTÉE DE TOUS LES CONSOUMATEURS

Proposer des produits de qualité au meilleur prix sans léser les agriculteurs et les producteurs : l'équation est difficile pour les distributeurs ! Avec son statut unique de producteur-commerçant, le Groupement est le mieux placé pour la résoudre.

La moitié des Français ont le sentiment que leur niveau de vie a baissé au cours des cinq dernières années⁽¹⁾. La majorité d'entre eux (40 %) ont pris le parti de réduire leur budget alimentaire, mais sans rogner sur sa qualité, c'est-à-dire en restant attentifs à la santé, à la sécurité, à la traçabilité... et au plaisir, bien sûr.



L'engagement d'un producteur-commerçant

Être à la fois producteur et commerçant permet au Groupement de mieux choisir et contrôler le niveau de qualité des produits à ses marques. Un niveau qui est de plus en plus élevé. Conformément aux attentes des consommateurs, les Mousquetaires ont élaboré une stratégie sur trois ans pour optimiser le niveau de leurs produits alimentaires à marques propres. Les unités de production d'Agromousquetaires donnent naturellement le ton en affichant quatre priorités : la sécurisation de leurs approvisionnements, la garantie d'origine des matières premières, une traçabilité totale et une qualité exemplaire. Quant aux autres fournisseurs de produits à marques de distributeurs, ils doivent signer une charge d'engagement sur la qualité, le respect de la réglementation, la composition des produits et la maîtrise du risque allergène.



Des tests qualité exigeants

Ces engagements de qualité sont validés en amont par des tests sensoriels consommateurs, des tests de performance en laboratoires et l'analyse systématique du cahier des charges. Pas moins de 200 000 critères de conformité à la réglementation et aux exigences du Groupement sont vérifiés chaque année. Ils sont également validés en aval : chacune des six enseignes du Groupement dispose d'un guide de bonnes pratiques en matière de qualité et de sécurité alimentaire des produits. Pour vérifier leur mise en œuvre, des audits sont régulièrement menés dans les points de vente.

“

En tant que producteur-commerçant, les Mousquetaires s'engagent plus que jamais pour la qualité. Le prix ne peut être le seul moteur de la croissance.

”

Thierry Cotillard

Président d'Intermarché et Netto
Intermarché Issy-les-Moulineaux (92)

Des circuits plus courts pour mieux répartir la valeur

La question revient, de façon lancinante, lors de chaque crise de production agricole. Dans le prix de vente public d'un produit, quelle part revient au producteur, au transformateur, au distributeur et aux éventuels intermédiaires? Les distributeurs sont pointés du doigt. Pas forcément pour de bonnes raisons. Être le dernier maillon de la chaîne, avec des enseignes connues et reconnues, ne les rend pas seuls responsables de toutes les crises. Mais s'ils veulent être entendus, ils doivent faire preuve de davantage de transparence dans la répartition de la valeur entre les producteurs, les transformateurs et les distributeurs.

C'est pourquoi le Groupement des Mousquetaires a décidé d'ouvrir le débat sur le partage de la valeur et de montrer l'exemple. Son positionnement unique de producteur-commerçant lui permet en effet de raccourcir la chaîne de valeur en rémunérant au juste prix les agriculteurs et les producteurs agroalimentaires (notamment les PME), tout en préservant la marge des points de vente en proposant des prix bas aux consommateurs.

À l'écoute des consommateurs

Ils sont les mieux placés pour évaluer la qualité d'un produit. Des numéros verts gratuits sont proposés sur les produits pour recueillir toutes les demandes. D'autre part, les consommateurs sont invités, depuis février 2015, à évaluer les produits qu'ils ont achetés sur le site drive.intermarché.fr.

Près de 5 000 avis portant sur 1 322 références ont été postés durant la première année. Avec une note moyenne de 4,36 sur 5, ils font apparaître un bon niveau de satisfaction.



Un prix bas pour les consommateurs

Intermarché et Netto



Entrepôt logistique



Unité de production Agromousquetaires

Une application plus juste de la répartition de la valeur pour les producteurs agricoles

Producteur

Circuit court

(produits fabriqués par Agromousquetaires)

[1] Étude réalisée en mai 2015 auprès de 3 500 Français de 18 à 75 ans par l'Observatoire société et consommation et soutenue par la FCD, l'Ania et Intermarché.

MAÎTRISER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL ET SOCIAL DES APPROVISIONNEMENTS

Le Groupement s'est engagé dans une politique d'achats responsables basée sur des exigences d'éthique et de bonne conduite de la part de ses fournisseurs qu'il a décidé d'accompagner dans cette démarche.

Un distributeur ne peut se contenter de prendre des engagements environnementaux ou sociétaux dans l'enceinte de ses points de vente : il doit vérifier en amont que tous les produits mis en rayon s'inscrivent dans sa stratégie de gestion durable des ressources, de respect des droits de l'homme et des salariés.



La démarche "filières durables"

La consommation responsable passe par la maîtrise de l'intégralité du cycle de vie d'un produit, de l'extraction des matières premières jusqu'à leur recyclage. Pour s'assurer de la durabilité de ses matières premières, le Groupement a noué un partenariat avec l'organisation non gouvernementale The Forest Trust (TFT). L'objectif est de définir ce qu'est une matière responsable, de travailler avec les chaînes d'approvisionnement pour avoir la traçabilité (identifier tous les fournisseurs), d'analyser les risques sociaux, sociétaux et environnementaux, et d'accompagner les fournisseurs pour mettre en place des plans d'actions correctifs. Cette démarche "filières durables" concerne aujourd'hui les matières premières bois et charbon de bois, huile de palme et cacao.

Il souhaite notamment mesurer son "empreinte", c'est-à-dire l'impact environnemental, social et sociétal de ses approvisionnements d'ici 2020. Au niveau de la filière cacao, le Groupement en achète chaque année 2 500 tonnes pour fabriquer les chocolats à ses marques. Ce marché est structurellement déséquilibré, avec une demande mondiale supérieure de 2,5 % à la production pour les dix ans à venir. Le Groupement doit donc prioriser ses actions et travailler avec les acteurs de la chaîne d'approvisionnement (importateurs, producteurs, mais aussi les autorités locales et les ONG) pour veiller à la gestion responsable de la ressource et que le cacao ne soit pas remplacé par des cultures plus rentables.

Fournisseurs



Diagnostic Flash Achats Responsables Groupement des Mousquetaires



Lancement des audits BSCI pour l'import

2008

2011

2012



Démarche d'approvisionnement en bois certifiés (PEFC, FSC) ou labellisés (TFT) issus de forêts gérées durablement



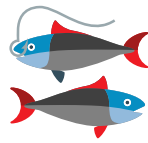
Participation à l'expérimentation nationale "Affichage Environnemental"



Politique huile de palme durable

Des approvisionnements responsables

Le Groupement a élaboré une charte pour des achats responsables par laquelle ses fournisseurs s'engagent dans une démarche d'amélioration continue visant à atteindre le niveau de maturité RSE souhaité sur l'ensemble de leurs sites de production. Cette charte de quinze engagements relève de quatre enjeux : la gouvernance, l'environnement, la politique sociale et l'ancrage territorial. Tous les fournisseurs ont reçu cette charte fin 2015, une évaluation du nombre de signatures sera réalisée fin 2016.



20 %

DE PRISES DE THON ALBACORE EN MOINS D'ICI À 2020
dans l'océan Indien



100 %

D'HUILE DE PALME TRACÉE JUSQU'AU 1^{ER} IMPORTATEUR ET EXEMPT DE DÉFORESTATION EN 2020

avec une empreinte huile de palme qui a diminué de 50 % entre 2011 et 2015



153

AUDITS SOCIAUX BSCI* menés auprès de fournisseurs "grand import" d'Intermarché et de Bricomarché

*BSCI : Business Social Compliance Initiative



Pilote Achat Responsable
Sélection d'une plateforme collaborative pour évaluer la maturité RSE des fournisseurs (Acesia/ Afnor)



Ateliers de travail fournisseurs / RSE



Consolidation de la démarche d'évaluation RSE



Évaluation RSE des fournisseurs avec l'outil Acesia (zones et produits à risque)



Introduction de "la charte fournisseurs pour des achats responsables" dans les conventions d'affaires produits à nos marques et import



Plan "devoir de vigilance" sur l'ensemble de la chaîne logistique de toutes les filières

2013

2014

2015

2016

2025



Engagement sur approvisionnement charbon de bois durable



Engagement : approvisionnement en huile de palme 100 % tracée et responsable



Engagements cacao, charbon de bois TFT



Atelier de cartographie des impacts environnementaux : textile, viande et légume, poisson et peinture



Analyse du risque environnemental et social de la supply chain (thon, fraise...)

Produits

UNE OFFRE PLUS RESPONSABLE

Les consommateurs sont de plus en plus demandeurs de produits plus responsables. Toutes les enseignes du Groupement ont développé des offres de produits éco-labellisés, éco-responsables, bio, etc. Il y a, d'un côté, les recommandations sanitaires : manger cinq fruits et légumes, faire au moins 10 000 pas par jour, équilibrer son alimentation... Et puis, de l'autre côté, une offre agroalimentaire qui s'étend, qui puise sa croissance dans sa capacité à innover. Entre les deux, les consommateurs sont perdus : un tiers d'entre eux souhaite qu'on les aide à manger mieux et plus sain. Le Groupement veut leur donner des repères en développant des offres responsables (bio, éco-responsables, éco-labellisées, avec moins d'additifs, sans gluten, etc.), qui représentent 4 % de l'offre d'Intermarché en France, mais ne cessent de gagner du terrain.



Produits biologiques

Les premières gammes biologiques sont apparues chez Intermarché dès 1998. Aujourd'hui, elles sont présentes dans tous les rayons, sous différentes marques propres (Paquito Bio pour les jus et compotes de fruits, Chabrior Bio pour les céréales et biscuits, Monique Ranou Bio pour la charcuterie, Label Bio pour la beauté...) ou sous des marques nationales.



2 900

RÉFÉRENCES BIO EN RAYONS
(tous pays)

Responsable à tous les rayons

Il existe aujourd'hui plus de 4 400 références de produits responsables dans les enseignes alimentaires du Groupement en Europe, soit + 5 % de références entre 2014 et 2015. Elles peuvent être biologiques, éco-responsables, éco-labellisées...

Tous les produits alimentaires des marques du Groupement sont garantis sans OGM. Quant au mobilier de jardin en bois tropical, il est éco-certifié FSC dans 80 % des cas.

L'Essentiel, et rien que l'essentiel

Sans additif, sans conservateur, sans sucre ajouté, mais avec l'essentiel : du yaourt au lait de vache, des fruits, une pointe de sucre issu du lait et c'est tout. Mais elle peut désarçonner le consommateur : comme elle ne contient ni épaississant, ni colorant, ni conservateur, sa texture est un peu plus liquide que les yaourts des marques de grande consommation. Elle mérite donc d'être expliquée : c'est pourquoi les emballages sont très pédagogiques. Comme pour tous les autres produits de la gamme L'Essentiel, elle a été lancée à l'automne 2016 avec cinq références de yaourts (sous la marque Pâturages), six de purées de légumes (Saint-Eloi) et cinq de compotes de fruits (Paquito).



La nouvelle gamme de yaourts "L'essentiel" porte bien son nom.

Privilégier la consommation locale

La proximité est une valeur cardinale des Mousquetaires :

- Le Groupement est constitué d'entrepreneurs indépendants qui sont encouragés à proposer des produits locaux dans leurs points de vente. Parallèlement, les huit centrales d'achats régionales du Groupement ont noué des partenariats avec des producteurs, des éleveurs et des PME agroalimentaires.
- Les produits locaux sont signalés par un logo régional ("Produit en Bretagne", "Sud de France", "Produit en Gourmandie").
- Créée en 2011, la marque "Itinéraire des saveurs" propose des produits emblématiques de nos régions, mais dont l'approvisionnement est géré par les centrales d'achats.
- Les enseignes de l'équipement de la maison ne sont pas en reste : pour soutenir la filière horticole française, Bricomarché a signé des "contrats de culture" de deux à cinq ans avec des horticulteurs et des pépiniéristes ainsi qu'une gamme d'outillage à main 100 % française pour la rénovation des maisons.

Au Portugal, Intermarché a développé une gamme de produits alimentaires responsables sous la marque Origens (266 références). Ils sont majoritairement issus de gammes de produits bruts avec un référentiel qui s'appuie sur l'agriculture raisonnée. Parmi eux, des fruits et légumes frais, mais aussi des produits carnés : volaille, porc, bœuf, chevreau et lapin.



4 %

CHIFFRE D'AFFAIRES D'INTERMARCHÉ EN FRANCE réalisé sur les produits responsables (bio, équitables ou écologiques), soit une évolution de 8,3 % par rapport à 2015

“

Notre engagement de distributeur passe par le développement d'une offre plus responsable, avec davantage de produits bio, de vente en vrac et de partenariats avec les producteurs locaux.

”

Jean-Marc L'Huillier
Président de la Direction
du développement durable
Intermarché Sancoins (18)



INFORMER ET SENSIBILISER LES CONSOMMATEURS

Les consommateurs aspirent à consommer de façon plus responsable. Mais ils ont besoin d'être guidés et encouragés. Ce qui passe par un étiquetage plus clair et des actions pédagogiques.

Le développement d'une consommation plus responsable repose sur un véritable engagement des distributeurs dans la gestion de leurs approvisionnements, mais aussi dans l'information des consommateurs et l'étiquetage des produits.



La revanche des moches

La campagne "fruits et légumes moches" a eu un retentissement médiatique considérable. Elle a eu le mérite d'imposer la question dans le débat public : une carotte disgracieuse ou une pomme un peu trop petite n'a-t-elle pas sa place sur un étal ? C'est un formidable relais de sensibilisation en plein débat sociétal pour motiver l'ensemble de la filière à l'action.

Soyons clairs, les 40 % de fruits et légumes "non calibrés" ne finissent pas à la poubelle : ils sont orientés vers les circuits de transformation de l'industrie agroalimentaire. Mais en échappant totalement à la vue des consommateurs, ils entretiennent l'illusion d'une nature maîtrisée, dans laquelle les carottes sortent de la terre parfaitement propres et cylindriques et les poissons naissent carrés, panés, avec les yeux dans les coins.



Champion de l'étiquetage

En février 2016, *UFC-Que Choisir* a décerné un satisfecit au Groupement pour la qualité de l'étiquetage de ses produits transformés à base de viande de bœuf, de porc et de poulet. Alors que l'origine des viandes n'est clairement indiquée que dans 54 % des produits étudiés par l'association de consommateurs, 84 % des plats et préparations aux marques du Groupement sont bien étiquetés. C'est, de très loin, le meilleur score de toutes les marques de distributeurs. Ce n'est pas un hasard : les Mousquetaires ont été parmi les premiers à apposer le logo "viande bovine française" sur l'ensemble de leurs produits à marque propre. Au rayon boucherie d'Intermarché, une signalétique spécifique valorise les partenariats de l'enseigne avec les éleveurs français.

Investir dans de nouveaux modèles économiques

L'économie du partage impacte tous les métiers. Notamment ceux du transport, avec le développement du covoiturage. Rody, l'enseigne de centres-autos du Groupement, s'est associée avec la plate-forme GoMore (un million d'utilisateurs en Europe) pour encourager le covoiturage, Rody offre des contrôles de sécurité aux conducteurs et une réduction de dix euros aux passagers. De même, Bricomarché et Brico Cash ont noué un partenariat avec le spécialiste de la location de matériel Loxam : un nouveau service de location destiné aux bricoleurs occasionnels a été lancé. De la décolleuse de papier peint à la bétonneuse, environ 500 appareils peuvent ainsi être loués.



Éduquer les consommateurs...

Pour aider les automobilistes à maîtriser leurs dépenses de carburant, Roady donne des conseils d'éco-conduite et propose des services d'éco-nettoyage (sur les circuits d'injection et d'admission notamment) pour éliminer les résidus carbonneux qui fragilisent les pièces du moteur et provoquent une surconsommation de carburant.

Bricomarché et Brico Cash, les deux enseignes de bricolage, sont également dans une démarche proactive d'éducation et de responsabilisation de leurs consommateurs, notamment pour les amener à mieux utiliser les produits phytosanitaires et à privilégier les produits éco-responsables.

... et leurs enfants

Créé et proposé en partenariat avec l'association Les Éco Maires, "Sois un consommateur responsable" est un parcours pédagogique destiné à sensibiliser les élèves de CM1 et de CM2 aux impacts de leur consommation sur leur santé et sur les ressources de la planète.



Depuis dix ans, les parcours pédagogiques ont été vus par près de 10 000 enfants.

“
*Un distributeur tel que le
Groupement des Mousquetaires
doit orienter les consommateurs
vers des produits plus responsables.*

”
Thierry Touchais
Directeur général
Fondation GoodPlanet

PORTER UNE
**ATTENTION
CONSTANTE**
À NOS COLLABORATEURS



La distribution, la logistique et l'industrie agroalimentaire sont des activités particulièrement exposées à la pénibilité et à l'usure professionnelle. Conscient de ses responsabilités d'employeur, le Groupement est attentif à la santé et la sécurité, à l'amélioration des conditions de travail et au développement des compétences de ses collaborateurs. Il s'engage de façon très concrète dans toutes ses entités, avec des mesures adaptées au contexte et aux enjeux.

Amélioration des conditions de travail

La qualité de vie au travail est un enjeu de cohésion et de performance auquel les Mousquetaires sont très attentifs. Au même titre que l'hygiène et la sécurité alimentaire, le bien-être au travail est appelé à devenir un standard de base dans le monde de la distribution. 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.

Logistique : un accord sur la pénibilité

L'accord de prévention de la pénibilité signé en 2012 par la filiale logistique alimentaire a été renouvelé en 2015. Il prévoit notamment la mise en place d'une fiche individuelle de prévention des expositions aux facteurs de risques, une réduction des poly-expositions (éviter de cumuler port de charge et travail de nuit, par exemple), un plan d'investissement pour réduire les risques (via l'acquisition d'outils d'aide au filmage ou à la manutention) et un aménagement des fins de carrière.

La SVA-Jean Rozé soulage ses opérateurs

Dans les ateliers de boucherie de la SVA-Jean Rozé : tous les opérateurs débutent leur journée de travail par cinq minutes d'échauffement. Une façon de préparer leur corps à une activité physique, qui est abordée de façon globale par les équipes de prévention des risques. Entre l'automatisation, la robotisation et l'ergonomie, tout est mis en œuvre pour réduire la pénibilité et soulager les opérateurs. Des groupes de travail pluridisciplinaires, impliquant les opérateurs, les membres du CHSCT et le bureau sécurité de l'entreprise, évaluent régulièrement les risques afin de mettre en place les mesures de prévention et de protection des opérateurs. La féminisation croissante du personnel incite également l'entreprise à repenser l'ergonomie de certains postes afin de les adapter et d'en réduire la pénibilité.



PROMOUVOIR LA SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Tout employeur est responsable de la santé et de la sécurité de ses salariés. Les Mousquetaires agissent à tous les niveaux : dans les points de vente, mais aussi en amont, notamment dans la logistique et les sites de production. Les accidents du travail et les maladies professionnelles ne sont pas une fatalité : les stratégies de prévention ont un réel impact sur la santé et la sécurité des salariés. À condition qu'elles soient adaptées à la réalité des risques identifiés dans chaque activité : la distribution, la logistique et l'industrie agroalimentaire.



Dans nos filiales

"Sécurité Plus" chez Agromousquetaires

Engagé en 2013 par Agromousquetaires, le plan "Sécurité Plus" vise à prévenir les maladies et accidents professionnels. Les 64 usines s'engagent à analyser chaque incident afin d'en tirer des enseignements et de rompre l'enchaînement des causes entraînant un accident. De plus, dix référents experts en troubles musculo-squelettiques et maladies professionnelles sont chargés de déployer une stratégie de prévention et de diffuser les bonnes pratiques sur l'ensemble des sites.



716

PERSONNES SENSIBILISÉES À LA PRÉVENTION DES RISQUES PSYCHOSOCIAUX (RPS) ET À LA GESTION DU STRESS EN 2015



-19 %

DE TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DEPUIS 2012 (AGROMOUSQUETAIRES)



-1,5 %

DE TAUX DE GRAVITÉ DES ACCIDENTS DEPUIS 2012 (LOGISTIQUE ALIMENTAIRE)



-15,4 %

DE TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DEPUIS 2012 (LOGISTIQUE ALIMENTAIRE)

Dans nos points de vente

Des experts en prévention des risques

Depuis 2002, toutes les entreprises doivent établir un Document unique (DU) définissant leur programme de prévention des risques professionnels. Ce programme est animé par un ou plusieurs salariés spécialement formés. À défaut, l'employeur peut faire appel à des intervenants en prévention des risques professionnels (IPRP). Pour accompagner ses adhérents, le Groupement a référencé trois entreprises spécialisées et établi deux contrats types de prestation de service, pour la réalisation et la mise jour du Document unique d'une part, pour la mission de référent en santé et sécurité au travail d'autre part.



Sensibilisation des adhérents à la prévention

Avant d'exploiter un point de vente, les futurs adhérents suivent un parcours de formation de quatre à six mois qui comprend un module de prévention des troubles musculo-squelettiques (TMS) de deux jours. Au cours d'ateliers pratiques, les futurs chefs d'entreprise sont amenés à observer l'impact qu'ont les mouvements liés à mise en rayon ou à l'encaissement sur leur propre squelette et leurs articulations. Cette expérience *in situ* les sensibilise de façon très concrète à la prévention des TMS et des maladies professionnelles.

Prévention des risques liés à la mise en rayon

La recommandation publiée par la Caisse nationale de l'assurance maladie des travailleurs salariés (CNAMTS) sur la prévention des risques liés à la manutention manuelle lors des mises en rayon est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2016. Elle prévoit notamment que :

1
la dernière tablette doit être située au maximum à 1,80 m de hauteur (sans empilage de produits) dans les rayons alimentaires

2
dans la partie basse des gondoles, la hauteur de prise des produits se trouve au moins à 40 cm du sol

3
la profondeur de prise n'excède pas 60 cm

À défaut, des aménagements fixes ou mobiles doivent être mis en place. De nouveaux outils de chargement des rayons sont en cours de déploiement dans les points de vente. En permettant une prise de colis à hauteur d'homme, ces outils limitent les postures contraignantes, facilitent la mise en rayon et réduisent les troubles musculo-squelettiques (TMS). Un guide de bonnes pratiques, avec des conseils d'utilisation et d'organisation, est disponible pour les points de vente Intermarché et Netto depuis 2012.

Une complémentaire santé pour tous les salariés des points de vente

Dans le cadre de la généralisation de la complémentaire santé, les Mousquetaires ont mis en place un contrat collectif responsable à compter du 1^{er} janvier 2016 et en veillant à ne pas augmenter le montant de la cotisation des salariés qui étaient déjà couverts. Mais ils ont voulu aller plus loin en donnant la possibilité aux salariés d'accéder à la couverture qui leur convient le mieux : ils peuvent souscrire des options individuelles pour bénéficier d'une meilleure prise en charge des frais optiques ou dentaires, par exemple.

DÉVELOPPER L'EMPLOYABILITÉ DES COLLABORATEURS

Conscient de ses responsabilités quant à l'employabilité de ses collaborateurs, le Groupement investit dans la formation professionnelle et le développement des compétences de ses collaborateurs. Il encourage la mobilité interne et défend le principe d'égalité. La mobilité interne est dans les gènes des Mousquetaires. Culturellement ancrée dans toutes les entités du Groupement, elle doit aussi être pensée et valorisée. Un employeur est en effet responsable de l'employabilité de tous ses collaborateurs. Il doit également veiller à donner les mêmes chances à tous, quels que soient leur sexe, leur origine ou leur état de santé.



Dans le Groupement



750 000

**HEURES DE FORMATION DANS
L'ENSEMBLE DU GROUPEMENT**
(+20 % par rapport à 2014)

Dans nos filiales

Faire grandir ses collaborateurs

Dès son arrivée sur l'une des bases du pôle logistique, tout nouvel embauché est accompagné par un tuteur et suit un programme d'intégration. Par la suite, l'entreprise investit dans le développement de ses talents. L'entretien professionnel permet de faire le point tous les deux ans sur les compétences qu'il a acquises et ses zones de progression. Les souhaits d'évolution professionnelle et le besoin en formation y sont discutés avec son responsable. Il peut également valider son expérience professionnelle en se faisant accompagner tout au long de son parcours VAE pour décrocher un diplôme ou une qualification reconnus. C'est ainsi qu'en 2014, 116 collaborateurs de la filière logistique ont obtenu un Certificat de qualification professionnelle interbranche (CQPI) d'agent logistique. En 2015, Agromousquetaires a également lancé un parcours de formation de 23 jours sur neuf mois permettant d'obtenir un titre professionnel de niveau III de "Manager de proximité".

Les accompagner vers de nouveaux métiers

Fortement impactée par les évolutions technologiques, la filière logistique accompagne ses collaborateurs dans l'acquisition de nouvelles compétences. Sur la base de Béziers, des préparateurs de commande ont ainsi pu évoluer vers le métier de technicien de maintenance.



300

MÉTIERS DANS LES FILIALES

Valoriser les parcours professionnels

Frédéric a rejoint le Groupement en 1992. Employé de maintenance sur la base logistique de Luxémont, il est devenu chef d'équipe en 2002, puis responsable technique en 2012. Il est notamment chargé de gérer les travaux, les achats de matériels et, bien entendu, les équipes de maintenance. Ce témoignage est l'un des nombreux exemples présentés sur le site de recrutement www.emploi-mousquetaires.com : les Mousquetaires ont précisément choisi de valoriser les perspectives de carrière qui peuvent être proposées dans les filiales du Groupement au service des points de vente (la logistique, l'industrie et les fonctions supports).



Dans nos points de vente



Poivre Rouge organise des sessions de recrutement basées sur la mise en situation de travail.

Poivre Rouge recrute par simulation

Poivre Rouge ouvre une dizaine de restaurants par an. À chaque fois, des cuisiniers, serveurs, plongeurs, responsables de salle ou chefs doivent être recrutés et formés très rapidement. Pour y parvenir, l'enseigne a noué un partenariat avec Resto Evolution : un cabinet de conseil qui travaille avec les acteurs locaux de l'emploi (Pôle emploi, les maisons de l'emploi et les missions locales) pour organiser des sessions de recrutement basées non pas sur le CV, mais sur des techniques de mises en situation et de simulation. Les nouveaux embauchés sont ensuite formés dans le cadre du dispositif national de préparation opérationnelle à l'emploi (POE).

Une académie des responsables en Pologne

En avril 2015, Intermarché a lancé un cycle de formation des cadres en points de vente. Cette "Académie des responsables" vise à développer les compétences des directeurs, responsables d'équipes et responsables de rayon afin d'améliorer la relation clients. Sur un an et demi, ce cursus mêle formation présentielle, mises en situation et e-learning autour de thématiques telles que le management, la gestion commerciale, le contrôle budgétaire, la gestion de crise...

L'Amhi : une association pour changer le regard sur le handicap

Créée en 1992, l'Association des Mousquetaires pour les personnes handicapées et leur insertion (Amhi) a pour vocation de faire évoluer les regards portés sur le handicap. Elle accompagne également le recrutement et l'insertion professionnelle des personnes en situation de handicap au sein du Groupement.

RÉDUIRE NOTRE **EMPREINTE** ENVIRONNEMENTALE



La distribution est une activité nettement moins polluante que l'industrie. Mais son impact environnemental est néanmoins majeur. Les Mousquetaires s'engagent à le réduire à deux niveaux : en amont des points de vente, dans les filiales logistiques et les sites de production du pôle Agromousquetaires ; dans les points de vente eux-mêmes où l'efficacité énergétique, la construction durable, le recyclage des déchets et la lutte contre le gaspillage alimentaire sont des priorités.

Engagés contre le gaspillage alimentaire

Les Mousquetaires n'ont pas attendu la loi du 11 février 2016 pour s'engager contre le gaspillage alimentaire dans leurs points de vente et chez les consommateurs. Sur les dix millions de tonnes de déchets alimentaires produits chaque année, 1,2 million sont encore consommables, ce qui représente 20 kg de gaspillage par Français et par an. Il a lieu majoritairement (à 33 %) au domicile des consommateurs.

Les distributeurs produisent, eux, 14 % du volume global des déchets alimentaires (source : Ademe).

Les sources identifiées de réduction du gaspillage sont la prévision des ventes, la gestion des rayons et les circuits de valorisation, pour les consommateurs, l'utilisation des restes de produits et la conservation.

Banques alimentaires

Un quart des stocks des banques alimentaires proviennent de dons faits par les distributeurs. Dès juin 2013, les Mousquetaires ont signé une convention de partenariat avec la Fédération française des banques alimentaires (FFBA) pour permettre aux associations de profiter des produits retirés des linéaires, soit parce qu'ils ne correspondent plus aux standards de la qualité tout étant consommables (emballage abîmé par exemple), soit en raison d'une date de consommation courte (dans le respect de la réglementation autour des DLC). Parallèlement, Intermarché participe à la sensibilisation des consommateurs au gaspillage alimentaire avec une campagne très appréciée sur les fruits et légumes moches et en développant les bonnes pratiques de ses points de vente : dons des chutes de viande et du pain de la veille aux éleveurs et propriétaires d'animaux, mise en place de paniers "spéciales soupes" de légumes visuellement imparfaits, développement de la vente en vrac, vente à prix réduits des produits à DLC courtes...

Projet "démarque"

La démarque connue représente l'ensemble des pertes enregistrées par un point de vente quand des produits sont périmés, cassés ou mis au rebut. Elle représente en moyenne 2 % du chiffre d'affaires. Réduire cette démarque, donc le gaspillage, est un enjeu économique autant que sociétal. Le Groupement a décidé d'en faire un indicateur majeur de performance. Un projet pilote destiné à réduire la démarque connue est mené dans les rayons ultra-frais et charcuterie-traiteur, ainsi que dans certaines unités de production d'Agromousquetaires. Différents leviers ont été identifiés : meilleur suivi des dates limites de consommation (DLC), optimisation des colis et du nombre de produits qu'ils contiennent, arrêt de certaines références, intégration de critères de durée de vie des produits dans les appels d'offres... Les bonnes pratiques seront déployées fin 2016 sur l'ensemble des catégories.

“

Notre partenariat avec Intermarché et Agromousquetaires est exemplaire : les points de vente nous soutiennent et le management est à l'écoute.

”

Laurence Champier
Directrice fédérale
de la Fédération française
des banques alimentaires

DANS LA LOGISTIQUE ET LES SITES DE PRODUCTION

En amont des points de vente, la filiale logistique et les sites de production d'Agromousquetaires mettent leur impact environnemental sous contrôle. Au plan strictement environnemental, ce sont les activités les plus impactantes du Groupement. Les sites de production d'Agromousquetaires et la filiale logistique du Groupement s'engagent dans la réduction de leurs polluants. Comme l'ensemble du Groupement, elles vont réduire leurs consommations énergétiques de 30 % en 2020 par rapport au volume constaté en 2014. Cela représente une économie de 24 300 tonnes en équivalent carbone.



Des camions alimentés au GNL

Comme toutes les nouvelles bases construites par le Groupement, celle de Béziers, inaugurée en 2014, respecte les principes du standard de Haute qualité environnementale (HQE) avec des matériaux durables, une isolation de haute qualité, un système de récupération des eaux de pluie...

Elle est aussi équipée d'une cuve de gaz naturel liquéfié (GNL). Depuis juin 2016, tous les camions équipés qui desservent cette base roulent donc au GNL. Il produit quatre fois moins de bruit que le diesel tout en réduisant les émissions en particules de 95 %, en oxyde d'azote de 80 % et en CO₂ de 15 à 20 %.

Les Mousquetaires sont le premier distributeur à utiliser le gaz naturel à une échelle aussi importante.

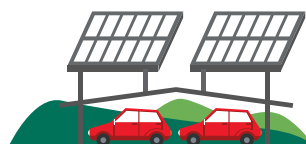
25 % d'énergies renouvelables en 2025

Cette réduction des consommations énergétiques se double d'un objectif de montée en puissance des énergies renouvelables, qui devront représenter 20 % du volume total d'approvisionnement du Groupement en 2020, et 25 % en 2025. Des installations de capteurs solaires, sur les toitures des entrepôts ou sur les ombrières de parking des points de vente, seront expérimentées dès 2016.



Diviser les émissions de gaz à effet de serre par quatre

Après avoir effectué son premier bilan carbone en 2012 en intégrant les nouvelles dispositions de la loi de transition énergétique, la filiale logistique a défini un nouvel objectif : réduire les émissions de gaz à effet de serre de 30 % d'ici à 2030.



20 %

D'ÉNERGIES RENOUVELABLES dans l'approvisionnement énergétique du Groupement en 2020

La logistique se met en route

Avec plus de 9 000 collaborateurs, 46 bases d'approvisionnement et 1,5 million de mètres carrés d'entrepôts, la logistique livre 900 millions de colis par an dans les 3 593 points de vente du Groupement. Son impact environnemental est naturellement lié à sa flotte de 1 150 semi-remorques qui parcourent 150 millions de kilomètres par an. Mais pas seulement...

Optimiser les tournées

La réduction des émissions de gaz à effet de serre de la logistique passe en premier lieu par l'optimisation des tournées. Les bases de Miribel et Reyrieux, dans l'Ain, se sont dotées d'un nouvel outil de gestion des tournées qui permet de réduire les distances parcourues de 3 % à 5 %. Cet outil d'optimisation des tournées va être déployé sur l'ensemble des bases.

Un système de management de l'énergie

Toutes les entreprises de plus de 250 salariés sont tenues d'effectuer un audit énergétique tous les quatre ans.

Trois entités du Groupement ont décidé d'aller plus loin en formalisant leur démarche autour de la norme ISO 50001 relative au management de l'énergie. Le pôle Agromousquetaires et ses 64 sites de production, le Parc de Tréville (siège opérationnel) et la Stime (sa filiale en charge des systèmes d'information).

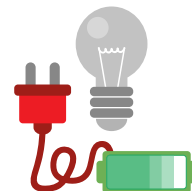
Ce processus de certification a aidé ces sites à monter en compétences dans le management de l'énergie. Au point que le système de management de l'énergie mis en place va être déployé sur l'ensemble du réseau.



30 %

**D'ÉMISSIONS DE GAZ
À EFFET DE SERRE
EN MOINS**

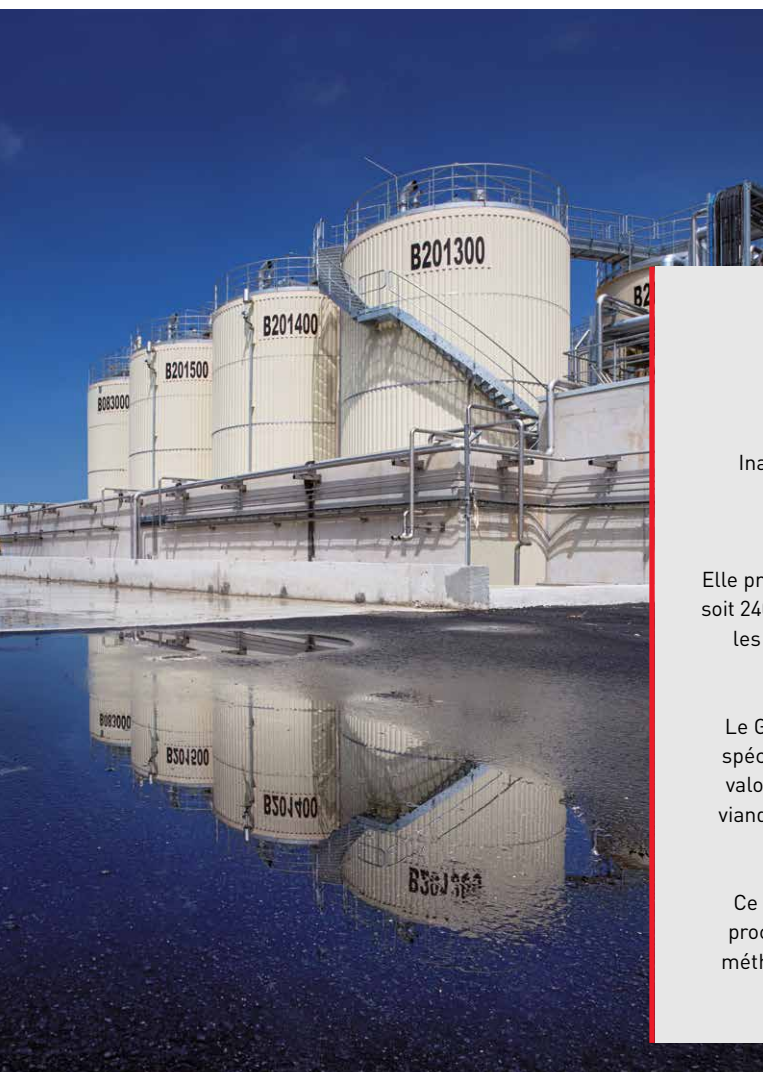
en 2030



30 %

**DE CONSOMMATIONS
ÉNERGÉTIQUES
DE MOINS**

en 2020 qu'en 2014



Estener : des carburants d'origine animale

Inaugurée en novembre 2013 au Havre (76), Estener est la première unité de production de carburant à partir de corps gras complexes issus des graisses animales.

Elle produit chaque année 58 000 tonnes d'un biodiesel d'une qualité exemplaire, soit 240 tonnes par jour. Mélangé au gazole classique, il permet de réduire de 83 % les émissions de gaz à effet de serre par rapport au diesel, et de 10 à 12 % les émissions de carbone.

Le Groupement s'est associé à la filiale française du groupe allemand Saria, spécialisée dans la collecte et le traitement de sous-produits animaux. Cette valorisation des graisses animales apporte un nouveau débouché à la filière viande. De plus, sa production n'entre pas en concurrence avec l'alimentation humaine ou animale.

Ce biodiesel Emha (Ester méthylique d'huiles animales) est produit par un processus de transestérification : les graisses animales sont mélangées au méthanol en présence d'un catalyseur. Ce procédé est propre et ne génère ni odeur ni effluent significatif.

Estener produit chaque année 58 000 tonnes de biodiesel.

MINIMISER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES POINTS DE VENTE

C'est dans ses points de vente qu'un distributeur peut apporter la preuve concrète de son engagement environnemental. Miser sur l'efficacité énergétique, la mobilité durable et la valorisation des déchets est porteur d'image, mais c'est aussi un enjeu économique majeur.



Créer des points de vente durables

"C'est une opération de référence qui devrait faire des petits au sein du Groupement des Mousquetaires et des jaloux chez les concurrents!", a déclaré Guy Geoffroy, maire de Combs-la-Ville (77) et président de l'association Les Éco Maires, le 6 octobre 2015, lors de l'inauguration du premier point de vente "durable" du Groupement. Cet Intermarché s'appuie sur le label Breeam : un référentiel d'évaluation des performances environnementales mis au point par le Building Research Establishment (BRE). Le bâtiment de Combs-la-Ville a en effet été conçu pour réduire les dépenses énergétiques, avec une volumétrie originale. Parmi les techniques mises en œuvre : une toiture permettant de limiter les pertes de chaleur tout en bénéficiant de la lumière du jour, un bardage isolant, un système de récupération des eaux de pluie et de l'énergie, une gestion technique centralisée, des détecteurs de présence pour gérer l'éclairage, etc. Et comme les performances environnementales d'un bâtiment se jouent sur la durée, ce point de vente vise aussi la certification "Breeam in use", qui valide l'exploitation de l'actif immobilier et le comportement des utilisateurs.

Mettre le cap sur l'efficacité énergétique

Les points de vente Mousquetaires ont consommé 1,5 térawatt d'électricité en 2015 : l'équivalent d'une ville telle que Nice ou Toulouse.

Le Groupement s'est donné pour objectif de réduire, d'ici à 2020, ses consommations de 30 % par rapport à 2014. La maîtrise des consommations énergétiques passe par une mesure et une analyse très fine des principales sources de dépenses.

Le Groupement a donc décidé de référencer un dispositif de suivi des consommations non intrusif pour guider les adhérents dans la gestion de l'énergie.

Ce suivi des consommations est une étape supplémentaire dans la stratégie d'efficacité énergétique du Groupement qui s'est déjà traduite, dans les points de vente, par la fermeture de 28 % des meubles froids (objectif : 75 % en 2020) et par l'adoption d'un éclairage LED dans plus d'un quart du parc de points de vente.

“

C'est une opération de référence, qui devrait faire des petits au sein du Groupement des Mousquetaires et des jaloux chez les concurrents!

”

Guy Geoffroy

Maire de Combs-la-Ville (77) et président de l'Association des Éco Maires



RÉFÉRENTIEL d'évaluation des performances environnementales





Optimiser les déplacements des clients

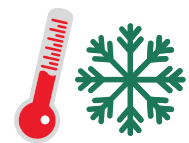
Pour aider leurs clients à consommer moins de pétrole pour venir faire leurs courses, les points de vente multiplient les initiatives. La présence de pistes cyclables, d'arrêts de bus et de prises de recharge pour les véhicules électriques font désormais partie du cahier des charges des nouveaux projets soumis à autorisation en commissions départementales d'aménagement commercial.



Mais le Groupement va encore plus loin : 60 points de vente mettent le "Koursavélo" à la disposition de leurs clients, un chariot équipé de deux sacs isothermes qui s'adapte à tous les vélos pour transporter les courses. Quant à l'Intermarché de Jarnac, il a mis une navette à la disposition des habitants : une action citoyenne dans une zone rurale en déficit de transports publics.

La preuve en Belgique

L'Intermarché inauguré en mai 2016 à Boussu, en Wallonie, ne fait que 1 390 m², mais il "met de la RSE" dans tous ses rayons : un éclairage LED dans tout le point de vente et sur le parking, des sacs en papier au rayon fruits et légumes, des meubles froids fermés... Il a également mis en œuvre le plan "alimentation équilibrée 2016-2020" élaboré en partenariat avec le service public de la santé, pour réduire de 5 % l'apport calorique des Belges.



15 000

**TONNES EN ÉQUIVALENT
CARBONE ÉCONOMISÉES**
grâce au circuit de collecte
et de traitement des déchets
mis en place par la Silve

28 %

**DE POINTS
DE VENTE ÉQUIPÉS**
de meubles
froids fermés

Trier et valoriser les déchets

L'engagement du Groupement en faveur du tri des déchets remonte à plus de 20 ans : la Silve est une filiale créée en 1995 pour organiser la collecte des déchets dans le cadre des flux logistiques d'approvisionnement des points de vente. Société de négoce, elle collecte les emballages de transport dans les points de vente et utilise les frets de retour de livraison pour limiter les trajets à vide des camions.

Les déchets sont ensuite recyclés par des papetiers français et des régénérateurs de plastiques avec lesquels la Silve est en partenariat. 126 000 tonnes de carton et 5 200 tonnes de plastique ont ainsi été collectées auprès de 1 518 points de vente, puis revendues aux dix entreprises de valorisation partenaires de la Silve.

Le système informatique de gestion mis en place en 2010 permet de tracer tous les lots collectés et de rémunérer les adhérents en fonction des volumes valorisés. Ce qui fait de ce circuit un modèle d'économie circulaire. Parallèlement, les points de vente se mettent en ordre de marche pour valoriser leurs biodéchets. Depuis le 1^{er} janvier 2016, les entreprises produisant plus de dix tonnes de biodéchets par an doivent en effet être en mesure de les valoriser sous forme de compost ou de biogaz. Le Groupement a mis à leur disposition un cahier des charges pour sélectionner leur prestataire.



NOUS IMPLIQUER DANS LA CO- CONSTRUCTION DURABLE DE NOS TERRITOIRES



Avec son réseau de 3 593 points de vente, ses 64 unités de production et sa logistique alimentaire et non alimentaire intégrée, le Groupement est un acteur économique majeur des territoires où il est implanté. Il emploie 146 000 personnes et s'engage sur tous les fronts : la revitalisation des territoires avec les élus locaux, l'activité économique avec les filières agricoles et industrielles, et la solidarité. Cet engagement est dans les gènes des Mousquetaires et se manifeste à tous les niveaux : dans les entités amont, mais aussi sur le terrain, avec plus de 3 000 adhérents. Tous chefs d'entreprise indépendants et interdépendants, ils agissent pour le développement durable de leur territoire.

Immo Mousquetaires accompagne les enseignes dans la mise en œuvre de leurs projets et de leurs objectifs d'intégration environnementale, d'efficacité énergétique et d'accessibilité aux personnes en situation de handicap. Elle est également un membre actif de l'Observatoire de l'Immobilier Durable, un réseau indépendant de professionnels de l'immobilier tertiaire impliqués dans le développement durable.



Aménageur de *territoires*

Pour répondre aux besoins de toutes les collectivités territoriales, Immo Mousquetaires, la foncière intégrée du Groupement, conçoit et aménage des opérations adaptées à chaque situation : sites commerciaux, retraits, parks, commerces de proximité urbains ou ruraux, projets mixtes...

Acteur reconnu de l'immobilier commercial, Immo Mousquetaires accompagne les adhérents du Groupement dans leurs projets de création, d'agrandissement ou de refonte de sites. Elle travaille également avec les élus locaux en co-réflexion et co-crédation pour mettre en œuvre leur stratégie territoriale et redynamiser leur ville. Cela peut se traduire par le développement de projets mixtes incluant commerces, services, logements, loisirs, espaces verts, parcours sportifs ou pédagogiques...

Seul ou en partenariat avec des promoteurs spécialisés (pour les pôles de logements notamment), Immo Mousquetaires est à la fois aménageur, promoteur et gestionnaire des sites qu'il conçoit. Cet engagement dans la durée a séduit des villes telles qu'Abbeville, Marseille (quartier Saint-Loup), Dinard-Pleurduit (centre commercial Cap Emeraude) qui leur ont confié l'aménagement de quartiers ou de centres commerciaux.

“

C'est un très beau projet qui est en train de sortir de terre : il n'est pas pensé comme une zone commerciale périphérique mais comme un projet mixte, fortement lié aux activités culturelles et de loisirs de la ville.

”

Nicolas Dumont
Maire d'Abbeville (80)

Un nouveau quartier pour Abbeville

Dans une ville de 25 000 habitants telle qu'Abbeville (80), la fermeture d'un site comme celui de l'industriel du sucre Tereos est une perte de dynamisme économique et une cicatrice dans l'histoire locale. *A fortiori* quand ce site est en plein centre-ville. Désireux de faire naître un nouveau quartier de commerces, de loisirs et de logements sur cette friche industrielle de 11 ha, les élus locaux ont confié l'aménagement du site

à Immo Mousquetaires. Le chantier est en cours. En 2017, ce nouveau morceau de ville réunira tout ce qui fait la richesse d'un centre urbain : du commerce (un hypermarché de 4 500 m² et une galerie marchande), des loisirs (un complexe de huit salles de cinéma avec des restaurants et des jeux), de l'habitat (250 logements) et des activités tertiaires (notamment un centre médical). Recréer un centre de vie dynamique et attractif, c'est bien là l'objectif de ces futurs projets tout en recyclant des friches existantes, et ainsi limiter l'étalement urbain.

POUR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DES TERRITOIRES

Avec 146 000 salariés et plus de 3 000 chefs d'entreprise, les Mousquetaires sont des acteurs économiques majeurs de leur territoire. Ils s'engagent auprès des filières industrielles et agricoles pour promouvoir le *made in France*. Un engagement historique sur le domaine de l'alimentaire.



“

L'intégration au territoire va bien au-delà de l'intégration architecturale et paysagère : il s'agit de rendre le site accessible en transports en commun, de ne pas utiliser de terres agricoles, de recycler davantage...”

”

Laurent Boutbien
Président d'Immo Mousquetaires
Intermarché Conches-en-Ouche (27)

Dans les filières non alimentaires

Producteur responsable

Pour le Groupement, être un producteur responsable se traduit par des engagements très concrets :

Agir pour la sauvegarde du tissu agricole et industriel français : avec 64 usines et près de 10 000 salariés dans 30 départements, Agromousquetaires est un employeur engagé en faveur de la pérennisation de l'emploi dans les filières agroalimentaires et de la vie économique locale

Prendre des engagements pour la préservation des ressources agricoles et animales

Garantir au consommateur des produits fabriqués dans des usines françaises maîtrisant la qualité, la traçabilité et à un prix le plus juste, pour le consommateur aussi bien que pour le producteur

La Signature Végétale

Depuis quatre ans, Bricomarché développe la "Signature Végétale" via sa marque propre Jardibest. Dès la conception de ce projet, l'enseigne s'est associée à des horticulteurs et pépiniéristes français. Grâce à ce partenariat, Bricomarché bénéficie du savoir-faire de spécialistes reconnus, tout en soutenant la filière horticole française. C'est également une façon pour l'enseigne de lutter contre la standardisation des produits commercialisés et le déséquilibre des écosystèmes. Bricomarché s'engage ainsi à sélectionner et à distribuer des espèces adaptées aux spécificités climatiques hexagonales et majoritairement issues des régions françaises. En 2015, la marque comptait 433 références. Et parce que la qualité des produits dépend aussi de la chaîne logistique, les Mousquetaires adoptent des circuits d'approvisionnement optimisés, concentrés dans deux principaux bassins de production : l'Anjou et la région Rhône-Alpes.

Une gamme d'outils Origine France

Mc Kenzie est la marque d'outillage de Bricomarché. Elle proposera, en février 2017, une gamme de 44 outils porteurs du logo Origine France. Une partie du manche et des lames, l'assemblage et l'étiquetage sont en effet réalisés en France : plus de 50 % de la valeur des produits est donc d'origine française. Ces outils (couteaux à peindre ou à enduire, truelles, plateaux, etc.) sont fabriqués par une PME de quarante salariés implantée dans l'Yonne (89).

Dans les filières agroalimentaires

Partenaire du monde agricole

Le Groupement des Mousquetaires en est plus convaincu que jamais : son modèle d'intégration de l'amont (la production) à l'aval (la distribution) est la meilleure solution pour travailler de façon durable et responsable avec les producteurs agricoles tout en répondant aux exigences de qualité et de prix des consommateurs.

Agromousquetaires a noué des partenariats avec 19 700 producteurs agricoles. En signant la Charte producteur Mousquetaires, les deux parties s'engagent dans la durée pour un partage des mêmes valeurs de qualité, de proximité et d'ancrage dans l'économie locale.



“

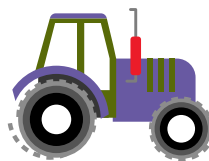
Les producteurs ont le sentiment d'être la variable d'ajustement d'un système dans lequel les distributeurs se bagarrent pour acheter au meilleur prix.

La contractualisation est un bon moyen d'en sortir. Les Mousquetaires l'ont compris et se comportent comme des partenaires constructifs.

”

Jean-Michel Bréchet

Directeur général de la coopérative d'Herbauges (44)



19 700

PARTENAIRES AGRICOLES

17 740 éleveurs
1 200 agriculteurs
578 producteurs de lait
220 vignerons



UN INTERMARCHÉ TOUS LES

17 KM



80 %

DES PRODUITS À MARQUES PROPRES MOUSQUETAIRES

sont fabriqués en France

Premier signataire de la Charte laitière

La Charte laitière des valeurs a été initiée par la Fédération nationale des producteurs de lait (FNPL). Agromousquetaires en a été le premier signataire, en février 2016. Cette charte prévoit notamment qu'Agromousquetaires s'engage à partager équitablement avec les producteurs les risques de volatilité des prix du lait tout en respectant les règles de libre concurrence de l'Union européenne.

Avec sa laiterie de Saint-Père-en-Retz (44), Agromousquetaires a conclu des partenariats avec plus de 500 producteurs de lait. Ces contrats pluriannuels permettent aux agriculteurs de sécuriser leurs débouchés et d'équilibrer les relations commerciales.

C'est ainsi qu'Agromousquetaires paye le litre de lait en moyenne 4 à 6 % plus cher que les coopératives laitières.

Soutien de la filière porcine

En pleine crise de production porcine, alors que les cours étaient au plus bas, Agromousquetaires a mis au point un nouveau mécanisme de rémunération des éleveurs. Il propose à ses partenaires un contrat d'approvisionnement sur cinq ans, avec un prix d'achat pouvant atteindre 1,50 €/kg primes comprises, alors que le cours actuel n'est que d'1,25 €/kg. Cette contractualisation garantit aux éleveurs un prix plus juste sur cinq ans et les met à l'abri de la volatilité des cours. Dès son annonce, le 1^{er} mars 2016, ce contrat a séduit de nombreux éleveurs porcins.

CONSTRUIRE L'AVENIR, C'EST AGIR

Les Mousquetaires sont solidaires et engagés : la Fondation Le Roch-Les Mousquetaires en est le symbole concret. En leur nom et avec leur collaboration, elle mène de nombreuses actions au plus près des territoires.



Remise des prix Coup de Pouce à Lille le 13 septembre 2016.

Depuis sa création, en 1998, la Fondation Le Roch-Les Mousquetaires a toujours placé l'Homme au cœur de ses priorités. Reconnue d'utilité publique, elle soutient des projets qui s'articulent autour de deux grands domaines : l'initiative économique pour encourager et développer l'esprit d'entreprendre et l'engagement humain en matière de santé, d'esprit civique et de solidarité.

L'initiative économique

En 2015, la Fondation a lancé deux grands appels à projets à destination des créateurs d'entreprises sur l'ensemble du territoire.

Dans le cadre de son concours de business plan, "Coup de Pouce", elle s'adosse aux grandes écoles et incubateurs de talents (ESC Rouen-Neoma, ESC Clermont-Ferrand, Edhec Lille, Mines-Centrale-Audencia Nantes, Pôle technologique-Avril Limoges, WebForce 3, HEC Entrepreneurs) pour détecter les entreprises les plus prometteuses.

Après audition des finalistes par des jurys composés d'adhérents, de clients, de chefs d'entreprise et d'acteurs économiques locaux, elle prime des entreprises sources de développement économique, créatrices de valeur et d'emploi. C'est ainsi qu'en 2015, la Fondation a apporté son soutien à une trentaine d'entreprises, allouant une dotation globale de 120 000 euros.

Le second appel à projets, le "Prix Audace", est destiné aux auto-entrepreneurs. En partenariat avec l'Union des Auto-Entrepreneurs, dont la Fondation co-édite le Baromètre annuel réalisé par *Opinion Way*, quarante candidats sont auditionnés par des jurys pluridisciplinaires en région. *In fine*, la Fondation dote huit lauréats d'une enveloppe globale de 32 000 euros.

L'engagement humain

Parallèlement, la Fondation apporte son appui aux équipes de recherche médicale. Partenaire majeur de l'Institut Pasteur, elle co-finance les travaux menés par le docteur François-Xavier Weill en matière de sécurité alimentaire et du professeur Pascale Cossart sur la lutte contre la listeria.

Dans le même esprit, la Fondation soutient la recherche pour combattre les formes les plus résistantes de leucémie tout particulièrement chez l'enfant. Résolument engagées aux côtés de leur Fondation, les enseignes Mousquetaires mènent chaque année des opérations de produits-partage, venant renforcer les moyens mis à la disposition des chercheurs.

Enfin, très proches des bénévoles des stations de sauvetage en mer, la Fondation s'appuie sur le réseau de proximité des adhérents Mousquetaires. Très sensible aux réalités économiques et opérationnelles, elle dote chaque année directement les stations de la SNSM en participant activement à leurs équipements.

Nos progrès en 2015

Pour que le développement durable ne reste pas une simple déclaration d'intentions, le Groupement s'est doté d'une série de 150 indicateurs de suivi de ses performances sur les quatre piliers de sa stratégie développement durable :

- construire une relation forte avec ses clients ;
- porter une attention constante à ses collaborateurs ;
- réduire au maximum son empreinte environnementale ;
- s'impliquer dans la co-construction durable de ses territoires.

41 indicateurs sont détaillés ci-après pour rendre compte des progrès réalisés en 2015. 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" (Agromousquetaires et logistique) et "aval" (le réseau de points de vente).

LES MOUSQUETAIRES

Construire une relation forte avec nos clients

INDICATEUR	PAYS	2013	2014	2015	PERFORMANCE 2015 PAR RAPPORT AUX OBJECTIFS	OBJECTIFS ANNUELS
Quantité d'emballages réduits suite démarche éco-conception	France (Intermarché)	516 tonnes 94 références concernées	115 tonnes 36 références concernées	641 tonnes 44 références concernées		Déploiement de la démarche d'éco-conception toutes enseignes et tous pays en 2016
Nombre de produits portant le dispositif de tri écolopass sur les produits à marque sélection des Mousquetaires	France (siège, bases, UP)	35,0 %	52,5 %	74,9 %		Pas d'objectif
Empreinte huile de palme non durable	France	NE	NE	3 389 tonnes soit 916 ha		100 % d'huile de palme tracée jusqu'au 1 ^{er} importateur et durable en 2020
Réalisation audit social BSCI zone grand import	France	23 fournisseurs suivis	105 fournisseurs suivis sur 200 soit 50 %	153 fournisseurs suivis sur 425 soit 36 %		2/3 des fournisseurs audités fin 2016 - périmètre élargi en 2015 au bricolage
Nombre de références responsables (MDD, MN)	France (MDD + MN)	2 578	2 796	3 057		Augmentation de 10 % par an du nombre de références
	France (MDD)	498	609	578		Augmentation de 10 % par an du nombre de références
	Portugal	415	466	406		Augmentation de 10 % par an du nombre de références
	Belgique	216	184	236		Augmentation de 10 % par an du nombre de références
	Pologne	41	139	142		Augmentation de 10 % par an du nombre de références
Part du CA réalisé sur les produits responsables	France	3,40 %	3,70 %	4 %		Augmentation de la part du CA de 5 % par an
	Portugal	0,16 %	0,21 %	0,23 %		Augmentation de la part du CA de 5 % par an
	Pologne	0,14 %	0,10 %	0,13 %		Augmentation de la part du CA de 5 % par an
Nombre de références bio	France (Intermarché)	1 563 MN - 267 MDD	1 574 MN - 270 MDD	2 146 MN - 280 MDD		Augmentation de 10 % par an du nombre de références (MDD + MN)
	Portugal	NE	86 MN et MDD	98 MN et MDD		Augmentation de 10 % par an du nombre de références (MDD + MN)
	Pologne	NE	139 MN et MDD	139 MN et 17 MDD		Augmentation de 10 % par an du nombre de références (MDD + MN)
	Belgique	NE	165 MN et MDD	220 MN et MDD		Augmentation de 10 % par an du nombre de références (MDD + MN)
Taux d'adhésion réseau au dispositif audit QHSE points de vente	France	98 %	98 %	95,8 %		100 % d'adhésion tous pays
	Portugal	96 %	97 %	99 %		
	Belgique	100 %	100 %	100 %		
	Pologne	100 %	100 %	100 %		
Taux d'adhésion bases audit QHSE	Global tous pays	100 %	100 %	100 %		100 % d'adhésion tous pays
Taux de fournisseurs avec un niveau qualité acceptable selon le référentiel interne	Global tous pays	95 %	89 %	88 %		Maîtrise du niveau de performance acceptable > 95 % toutes enseignes tous pays
Taux de fournisseurs audités IFS Food	Global tous pays	55 %	58 %	61 %		Augmentation de 10 % par an des fournisseurs certifiés IFS
Taux de produits niveau acceptable en perception consommateur vis-à-vis de la cible qualité	Global tous pays	86 %	93,08 %	92,97 %		Maîtrise du niveau de performance acceptable en qualité sensorielle > 95 % toutes enseignes tous pays
Taux de points de vente conformes en qualité selon le référentiel interne	Global pays	98 %	98 %	97 %		Maîtrise du niveau de performance acceptable en qualité des PDV > 95 %
Taux d'entrepôts conformes au référentiel qualité interne	France	77 %	82 %	100 %		Maîtrise du niveau de performance acceptable en image des PDV > 95 %
Nombre de contacts externes traités par an amont (consommateurs)	France	40 000	38 200	37 727		Pas d'objectif
	Belgique	3 419	3 531	3 300		Pas d'objectif
	Pologne	7 094	7 132	9 644		Pas d'objectif
	Portugal	3 400	3 463	3 032		Pas d'objectif

GUIDE DE LECTURE

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 en dessous de l'objectif

Sièges : services centraux du Groupement
Bases : entrepôts logistiques

MDD : marques de distributeur
MN : marques nationales
UP : unités de production

PDV : points de vente
NE : non reporté/la valeur n'est pas connue
ND : non disponible

Porter une attention constante à nos collaborateurs

INDICATEUR	PAYS	2013	2014	2015
Part des femmes dans l'effectif	France	NE	34,0%	35,0%
	Portugal	NE	44,0%	43,7%
	Belgique	NE	20,0%	19,0%
	Pologne	NE	42,0%	44,1%
Part des femmes dans la catégorie Cadre	France	40%	39,1%	39,9%
	Siège France	42%	47,5%	47,8%
	Portugal	76%	57,4%	44,8%
	Belgique	NE	19,1%	23,1%
	Pologne	NE	45,0%	50,5%
Part des femmes dans la catégorie Manager	France	29%	33,0%	34,7%
	Siège France	NE	47,0%	53,7%
	Portugal	42%	52,7%	35,1%
	Belgique	NE	19,1%	20,0%
	Pologne	NE	NE	15,4%
Taux de CDI	France	94,6%	93,3%	93,4%
	Portugal	89%	84,7%	84,4%
	Belgique	NE	98,0%	99,3%
	Pologne	87%	74,4%	78,7%
Part de CDI signés par des jeunes diplômés de moins de 26 ans sur le nombre total de contrats signés (CDI + CDD)	France (siège, bases, UP)	11%	10,0%	2,5%
	Portugal (siège, bases)	NE	NE	0,6%
	Belgique (siège, bases, UP)	NE	46,2%	47,1%
	Pologne (siège, bases)	NE	NE	3,4%
Part de contrats à temps complet sur l'ensemble signés (CDI + CDD)	France	96,30%	96,2%	95,9%
	Portugal	99,90%	100,0%	99,9%
	Belgique	88%	87,0%	87,1%
	Pologne	99,50%	99,5%	98,8%
Taux de collaborateurs dont l'âge est inférieur à 30 ans	France	17%	15,5%	17,2%
	Portugal	17%	19,8%	17,5%
	Belgique	NE	22,3%	21,5%
	Pologne	4%	28,6%	29,1%
Taux de collaborateurs dont l'âge est supérieur à 55 ans	France	19%	8,7%	10,3%
	Portugal	0%	3,1%	4,2%
	Belgique	NE	17,6%	3,6%
	Pologne	NE	23,2%	3,9%
Part des démissions dans le nombre total de départs	France	17%	11,0%	11,5%
	Portugal	NE	58,0%	60,6%
	Belgique	NE	33,0%	41,7%
	Pologne	NE	40,0%	49,2%
Durée moyenne des contrats de travail	France	NE	3 ans	ND
	Portugal	NE	8 ans	8,87 ans
	Pologne	NE	5 ans	6,6 ans
	Belgique	NE	12 ans	12 ans
Taux de fréquence des accidents	France			
Logistique alimentaire		67	66	60
Agromousquetaires		55	58	51
Taux de gravité des accidents	France			
Logistique alimentaire		2,3	2,1	2,1
Agromousquetaires		2,5	2,4	2,3
Taux d'absentéisme	France	5%	7,3%	7,5%
	Portugal	NE	10,9%	7,3%
	Belgique	NE	8,6%	8,5%
	Pologne	NE	14,4%	11,6%
Nombre d'heures de formation	Global tous pays	580 000 heures	602 000 heures	749 594 heures
Nombre de collaborateurs formés à la sécurité	France	15 990	15 919	19 454
	Portugal	3 400	4 331	2 461
	Belgique	NE	15	28
	Pologne	NE	NE	442
Nombre de collaborateurs formés en QHSE points de vente	Global tous pays	14 600	25 580	27 043

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.

NE : non reporté/la valeur n'est pas connue

ND : non disponible

Réduire au maximum notre empreinte environnementale

INDICATEUR	PAYS	2013	2014	2015	PERFORMANCE 2015 PAR RAPPORT AUX OBJECTIFS	OBJECTIFS ANNUELS
Bilan énergétique des points de vente	France (UP, base & PDV) hors Siège		2,1 Twh ou 2 100 000 Mgw	2,29 Twh ou 2 294 321 Mgw		30 % d'économies en 2020 par rapport aux consommations globales 2014, à périmètre constant ; 20 % d'ENR en 2020
	Portugal		0,018 Twh ou 18 000 Mgw	0,13 Twh ou 131 039 Mgw		30 % d'économies en 2020 par rapport aux consommations globales 2014, à périmètre constant ; 20 % d'ENR en 2020
	Belgique		0,005 Twh ou 5 000 Mgw Dont 20 % d'ENR pour les consommations du siège	0,005 Twh ou 5 268 Mgw		30 % d'économies en 2020 par rapport aux consommations globales 2014, à périmètre constant ; 20 % de ENR en 2020
	Pologne		0,058 ou 58 000 Mgw	0,058 ou 58 000 Mgw		30 % d'économies en 2018 par rapport aux consommations globales 2013, à périmètre constant ; 20 % de ENR en 2019
Bilan des consommations électriques par m ² pour les points de vente	France : 2 091 PDV en 2014 ; 2 722 PDV en 2015		Brico Cash : 98 kWh/m ² Roady : 508 kWh/m ² Netto : 442 kWh/m ² Bricomarché : 84 kWh/m ² Intermarché : 553 kWh/m ² Poivre Rouge : 753 kWh/m ²	Brico Cash : 67 kWh/m ² Roady : 318 kWh/m ² Netto : 435 kWh/m ² Bricomarché : 90 kWh/m ² Intermarché : 541 kWh/m ² Poivre Rouge : 727 kWh/m ²		Pas d'objectif
	Portugal : 298 PDV en 2014 ; 219 PDV en 2015		Intermarché : 584 kWh/m ² Bricomarché : 124 kWh/m ² Roady : 146 kWh/m ²	Intermarché : 524 kWh/m ² Bricomarché : 111 kWh/m ² Roady : 127 kWh/m ²		
	Belgique		NE	Intermarché : 419 kWh/m ²		
Nombre kWh cumac validés France (valeur cumulée)	Global France kWh validés	664 000 000	1 371 000 000	2 217 254 818		Augmentation du nombre de cumac validés en France de 30 %/an
	Global France K€	2 000	4 195	8 234		
Labellisation biodiversité	France	2 sites labellisés	2 sites labellisés	2 sites labellisés + 2 en démarche biodiversité dans le cadre de la certification HQE		5 sites labellisés en plus en 2016
Nombre de sites France certifiés ISO 50001	Siège	0	0	2		100 % des sites concernés certifiés fin 2016
	UP (64 usines)	1	5	14		
Tonnes de papiers utilisés pour la diffusion de prospectus	France Prospectus : 100 % PEFC	63 019 tonnes	58 834 tonnes	56 476 tonnes		Diminution de 10% par an
	Portugal	NE	3 560 tonnes	5 291 tonnes		
	Pologne	NE	NE	6 783 tonnes		
Tonnes de cartons recyclés	France	121 000 tonnes	125 117 tonnes	126 285 tonnes		5% de plus par an de cartons recyclés
	Unités de production	1 700 tonnes - 11 UP	3 800 tonnes - 27 UP	4 620 tonnes - 30 UP		5% de plus par an de cartons recyclés
	Portugal	435 tonnes	1 371 tonnes	3 047 tonnes		5% de plus par an de cartons recyclés
	Belgique	1 892 tonnes	1 942 tonnes	1 887 tonnes		5% de plus par an de cartons recyclés
Tonnes de plastiques recyclés	France	4 050 tonnes	4 919 tonnes	5 219 tonnes		5% de plus par an de plastiques recyclés
	Unités de production	800 tonnes - 9 UP	814 tonnes - 16 UP	1 024 tonnes - 24 UP		5% de plus par an de plastiques recyclés
	Portugal	321 tonnes	370 tonnes	359 tonnes		5% de plus par an de plastiques recyclés
	Belgique	128 tonnes	94 tonnes	130 tonnes		5% de plus par an de plastiques recyclés
Taux de recyclage piles	France	832 tonnes - 61%	795 tonnes - NE	783 tonnes - 71%		5% de plus par an de piles recyclées/qté mise sur le marché
	Portugal	NE	0,91 tonnes - 3,4%	10,3 tonnes - 36,5%		5% de plus par an de piles recyclées/qté mise sur le marché
	Belgique	NE	4,6 tonnes - NE	NA		5% de plus par an de piles recyclées/qté mise sur le marché
	Pologne	42	42 tonnes - 35%	28,2 tonnes - 22,4%		5% de plus par an de piles recyclées/qté mise sur le marché
Taux de DEEE collectés pour le recyclage	France	227 tonnes - 3,5%	281 tonnes - 4,5%	287 tonnes - 4,3%		5% de plus par an de D3E recyclés/qté mise sur le marché
	Portugal	NE	NE	6,4 tonnes - 1,6%		5% de plus par an de D3E recyclés/qté mise sur le marché
	Belgique	NE	NE	NA		5% de plus par an de D3E recyclés/qté mise sur le marché
	Pologne	NE	1,2 tonne - 35%	2 tonnes - 0,8%		5% de plus par an de D3E recyclés/qté mise sur le marché
Taux de recyclage lampes	France	99 tonnes - 54%	73 tonnes - 52%	170 tonnes - 142%		5% de plus par an de lampes recyclées/qté mise sur le marché
	Portugal	8 tonnes	NE	2,1 tonnes - 131,3%		5% de plus par an de lampes recyclées/qté mise sur le marché
	Belgique	NE	NE	NA		5% de plus par an de lampes recyclées/qté mise sur le marché
	Pologne	NE	NE	0,2 tonne - 100%		5% de plus par an de lampes recyclées/qté mise sur le marché
Montant des sommes reversées pour actions de solidarité sièges, bases et PDV (€)	France (Intermarché)	4 millions	7 millions	9 millions		Pas d'objectif
	Pologne		570 000	263 828		Pas d'objectif
	Portugal		850 000	843 743		Pas d'objectif

GUIDE DE LECTURE

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 très en dessous de l'objectif

Sièges : services centraux du Groupement
Bases : entrepôts logistiques
UP : unités de production

PDV : points de vente
NE : non reporté/la valeur n'est pas connue

DEEE : déchets d'équipements électriques et électroniques
ENR : énergie renouvelable

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



Intermarché

Netto

BRICO
MARCHE

BRICO
CASH
PAR BRICOLAGE POUR TOUS

Roady
CENTRE ALITO



Conception : Utopies - Rédaction : Utopies, Sabine Germain, Les Mousquetaires - Conception graphique et réalisation : www.patte-blanche.com
Crédits Photos : Les Mousquetaires, Philippe Plisson, Didier Depoorter, Fotolia - Illustration : PatteBlanche
Ne pas jeter sur la voie publique - Photos non contractuelles - Sous réserve d'erreurs typographiques - Imprimé en UE - Imprimé en UE par Tomoe
ITM Entreprises - RCS Paris 72 B 64 10 - Siège social : 24, rue Auguste Chabrières 75 737 Paris cedex 15 - SAS au capital de 1024016 euros

