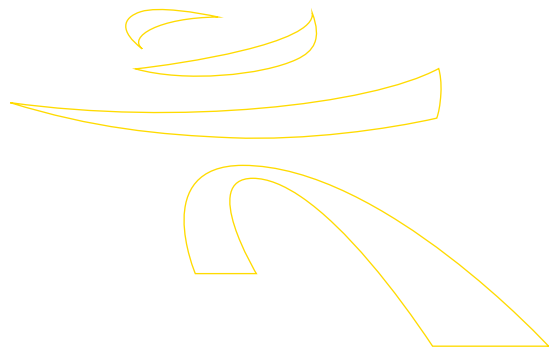




Les Mousquetaires
Indépendants, solidaires et engagés



Les Mousquetaires

Intermarché

Netto

BRICO MARCHE

BRICO CASH
à de stock à de prix bas

Roady
CENTRE AUTO

poivre rouge
RESTAURANT & GRILL



3 051

chefs d'entreprise
indépendants



146 000

collaborateurs



3 592

points de vente
en Europe, dont

2 839

en France



4

pays d'implantation



6

enseignes



40,2

milliards d'euros
de chiffre d'affaires



Sommaire

Notre histoire	4
Nos valeurs.....	6
Nos alliances	8
Notre gouvernance	10
Nos activités	12
Nos enseignes	14
Nos filiales.....	20

Notre histoire



1969

Ex-Offices de distribution est né

Suite à des différences de vision stratégique, Jean-Pierre Le Roch et 92 adhérents indépendants quittent Leclerc et se regroupent sous l'enseigne « Ex-Offices de distribution ».



1973

Ex-Offices de distribution devient Intermarché

La nouvelle enseigne adopte une signature qui marque son combat pour les prix : Les Mousquetaires de la distribution.



1974

La SAG voit le jour

Les Mousquetaires créent leur première usine de production agroalimentaire, la Société Alimentaire de Guidel (SAG). Cette unité est dédiée à la production de produits surgelés à base de viande et de poisson.



1979

Bricomarché ouvre son premier point de vente

L'enseigne Bricomarché implante son premier point de vente à Châteaudun, dans l'Eure-et-Loir, le 21 novembre 1979. Pour choisir ce nom, Jean-Pierre Le Roch décide d'appuyer chaque nouvelle enseigne sur le concept de « marché ».



1980

Restaumarché ou le discount appliqué à la restauration

Les Mousquetaires abordent un tout nouvel univers en créant Restaumarché. L'enseigne sera rebaptisée Poivre Rouge en 2010.

Le prix au litre et au kilo apparaît

Les Mousquetaires inventent le prix au litre et au kilo, qui deviendra obligatoire en France.



1997

Intermarché s'implante en Pologne

Les premiers Intermarché polonais s'implantent à Zielona-Gora, à Leznos puis à Glogow.



2000

La centrale d'achat ARENA voit le jour

Bricomarché et l'Allemand, Zeus, scellent une alliance. Ainsi naît A.R.E.N.A., une centrale d'achats qui s'élève au 5^e rang mondial en termes de chiffre d'affaires.



2001

Netto fait son entrée en France

Après 10 ans passés sous l'enseigne Comptoir des marchés, Netto succède à CDM. Sa force réside dans son offre : une politique de prix discount, un excellent rapport qualité/prix et une large gamme de produits frais, sur une surface allant de 600 à 1000 m².



2002

Alidis est créée

Les Mousquetaires signent un accord avec le distributeur espagnol Eroski qui donne naissance à Alidis le 24 septembre 2002. En 2005, le distributeur allemand Edeka les a rejoints.



2004

Stationmarché devient Rody

Automne 2004, Rody succède à Stationmarché. Un nouveau nom plus évocateur qui permet à l'enseigne d'affirmer ses ambitions dans l'univers des centres-autos.



1982

Les Mousquetaires lancent Stationmarché

Ces centres-autos associent ateliers de réparation et espaces de vente dédiés à l'automobile.



1985

L'Argus est lancé

Intermarché lance **L'Argus de la distribution**, le premier comparateur de prix. Ce catalogue référence alors les prix de 2000 produits, soit la quasi-totalité des références d'un point de vente alimentaire.



1989

Les Relais des Mousquetaires sont créés

Pour lutter contre la désertification du monde rural et pérenniser le commerce local, les Mousquetaires créent « Le Relais des Mousquetaires ».



1991

Intermarché s'implante en Belgique et au Portugal

C'est à Mouscron et à Cacem que les premiers Intermarché ouvrent leurs portes en Belgique et au Portugal.



1993

Les Mousquetaires se lancent dans l'aventure de la pêche

Les Mousquetaires rachètent leur premier bateau de pêche. Baptisé « Kerguelen de Trémarec », ce navire marque le début d'une aventure qui fera d'eux le premier armateur de pêche fraîche en France.



2009

Les Mousquetaires adoptent un nouveau logo

Moderne, il continue de symboliser le combat des Mousquetaires pour les prix. Intermarché et Bricomarché font également évoluer leur identité visuelle la même année.



2010

Poivre Rouge succède à Restaumarché

La nouvelle enseigne de restauration des Mousquetaires propose un cadre convivial, des espaces cloisonnés pour plus d'intimité et une décoration moderne... Poivre Rouge a pour ambition de proposer le meilleur rapport qualité/prix en restauration-grill.



2012

Bricomarché ouvre son 100^e point de vente et poursuit le développement de Brico Cash

Cette enseigne apporte une réponse adaptée aux bricoleurs qui recherchent des produits en grandes quantités, immédiatement disponibles et à des prix particulièrement attractifs.



2014

Le 200^e Intermarché ouvre en Pologne

L'enseigne Intermarché inaugure son 200^e point de vente en Pologne, à Lubon. Un chiffre symbolique qui permet aux Mousquetaires de réaffirmer leurs ambitions de croissance dans ce pays.



2015

Alidis s'élargit

Colruyt (Belgique), Conad (Italie) et Coop Suisse, anciennement membres de Core, ont rejoint le socle d'origine d'Alidis, dont font partie Le Groupement des Mousquetaires (France), Eroski (Espagne) et Edeka (Allemagne). Elle devient ainsi l'alliance n°1 en Europe.

Nos valeurs



La proximité

Les chefs d'entreprise Mousquetaires s'engagent dans la vie locale.

Grâce au maillage territorial, mais aussi à la diversité de leurs entreprises, ils créent collectivement de la richesse et du lien social dans leurs régions. Ils soutiennent les associations locales et nouent des liens pérennes avec des PME et des producteurs locaux.

Plus de 5000 partenariats ont ainsi été mis en place avec des producteurs, des éleveurs ou des PME. Ils sont formalisés au travers de la charte « Mousquetaires, partenaires des PME ».



La gestion responsable

Le Groupement des Mousquetaires a pour ambition de se développer de manière responsable et promouvoir des modes de vie durables. Sa démarche s'articule en quatre axes :

- Construire une relation forte avec ses clients à travers des politiques d'approvisionnement et de production responsables.
- Porter une attention constante à ses collaborateurs en leur proposant un environnement de travail adéquat, de réelles opportunités d'évolution, des formations aux métiers de demain.
- Réduire au maximum son empreinte environnementale notamment au travers de sa logistique, mais également au niveau de chaque point de vente.
- S'impliquer dans la co-construction durable en participant au développement socio-économique local, notamment au travers de partenariats équitables et durables avec les producteurs locaux.



L'interdépendance et la solidarité

Interdépendants et solidaires, les chefs d'entreprise Mousquetaires sont à la fois propriétaires de leurs points de vente et copropriétaires de leur entreprise commune.

Ils sont impliqués dans la direction du Groupement par l'intermédiaire du « tiers temps ». Deux jours par semaine, chaque adhérent participe aux décisions et aux choix stratégiques en occupant une fonction spécifique au sein d'une des filiales du Groupement, aux niveaux international, national ou régional. Ils s'appuient ainsi sur l'expérience collective pour faire progresser leur entreprise individuelle.

Ils ont fait leur, la devise des Mousquetaires : « Un pour tous, tous pour un ».

L'esprit d'entreprendre

Les Mousquetaires croient à l'engagement personnel et à la force de l'innovation.

Chaque année, près de 200 nouveaux chefs d'entreprise créent leur société après avoir été formés par le Groupement. Chacun d'entre eux est accompagné tout au long de son parcours par un adhérent expérimenté.

De cet esprit d'entreprendre découle une véritable volonté d'innover ensemble, qui porte en elle toutes les valeurs du dynamisme, du pragmatisme et de la recherche de différenciation.



Nos alliances

Pour améliorer le rapport qualité/prix des produits qu'ils distribuent, les Mousquetaires ont noué deux alliances d'achat internationales : l'une dédiée aux produits de bricolage (A.R.E.N.A.), l'autre aux produits alimentaires (Alidis).

.....| **1998**

La centrale d'achat internationale, Agenor, voit le jour.

.....| **2000**

La centrale d'achat internationale non-alimentaire, A.R.E.N.A, est créée.

.....| **2002**

Le Groupement signe une alliance alimentaire avec le groupe espagnol Eroski et crée Alidis, Alliance Internationale des Distributeurs.

.....| **2005**

Le distributeur allemand Edeka rejoint Alidis.

.....| **2015**

Colruyt, Conad et Coop Suisse rejoignent Alidis. Agenor devient Agecore.

ALIDIS

■ Les Mousquetaires
■ Alliés Alidis

FRANCE
INTERMARCHÉ

PORTUGAL
INTERMARCHÉ

ESPAGNE
EROSKI

BELGIQUE
COLRUYT
INTERMARCHÉ

ALLEMAGNE
EDEKA

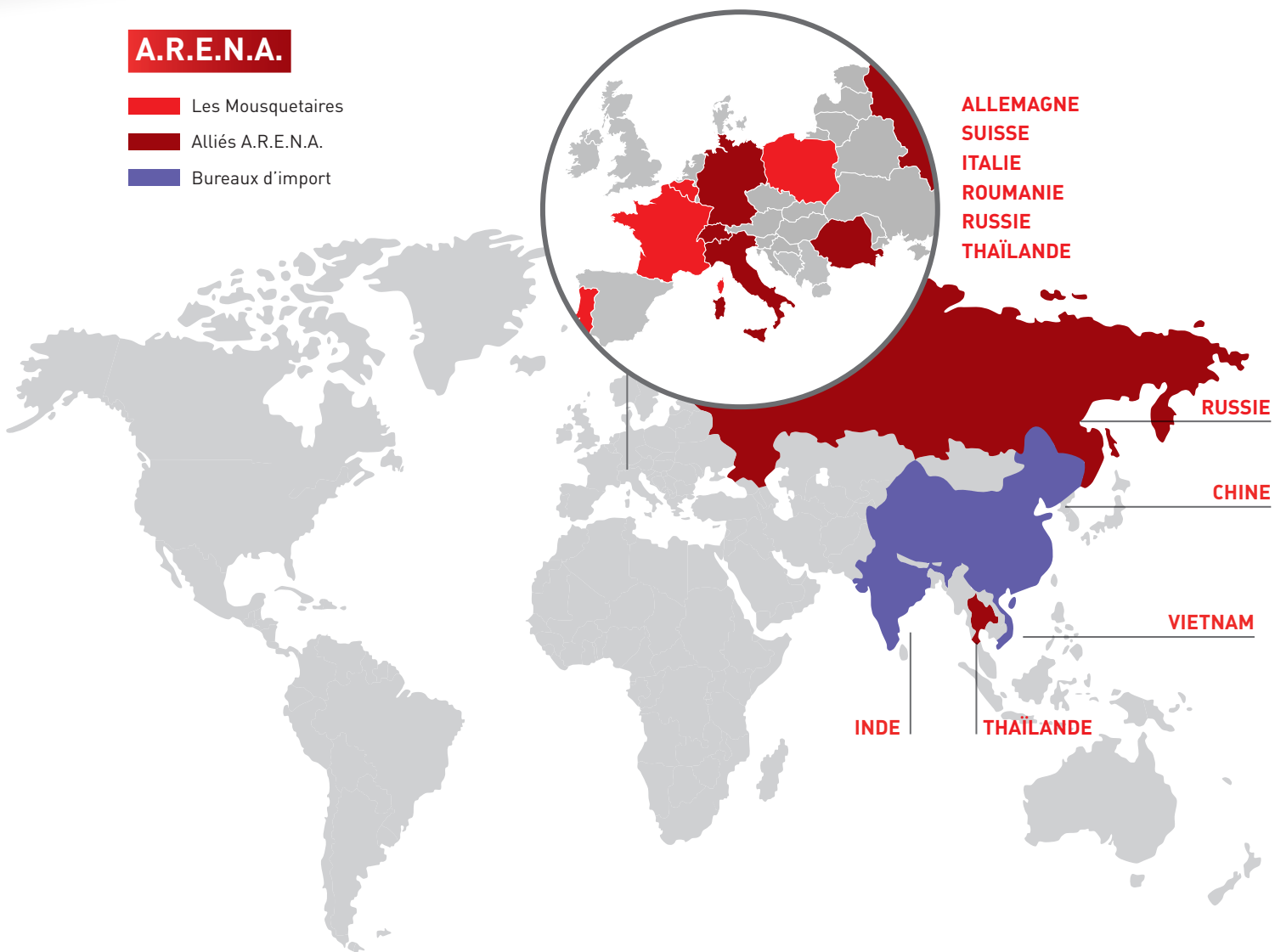
POLOGNE
INTERMARCHÉ

ITALIE
CONAD

SUISSE
COOP SUISSE

A.R.E.N.A.

- Les Mousquetaires
- Alliés A.R.E.N.A.
- Bureaux d'import



ALLEMAGNE
SUISSE
ITALIE
ROUMANIE
RUSSIE
THAÏLANDE

RUSSIE

CHINE

VIETNAM

INDE

THAÏLANDE

Partenariats A.R.E.N.A.

- France – Les Mousquetaires
- Allemagne – ZEUS
- Suisse – Jumbo Market AG
- Italie – Bricofer et Brico IO
- Roumanie – Dedeman
- Russie – Baucenter et Trest SCM
- Thaïlande – Groupe CRC

Bureaux d'import

- Chine
- Vietnam
- Inde

Partenariats Alidis

- Allemagne – Edeka
- Belgique – Colruyt – Intermarché
- Espagne – Eroski
- France – Intermarché
- Pologne – Intermarché
- Portugal – Intermarché
- Italie – Conad
- Suisse – Coop

Notre gouvernance

Fondé sur l'initiative privée, le Groupement Les Mousquetaires rassemble plus de 3000 chefs d'entreprise indépendants, impliqués dans la direction des structures en amont des points de vente. Le capital est détenu à 100 % par les adhérents associés.

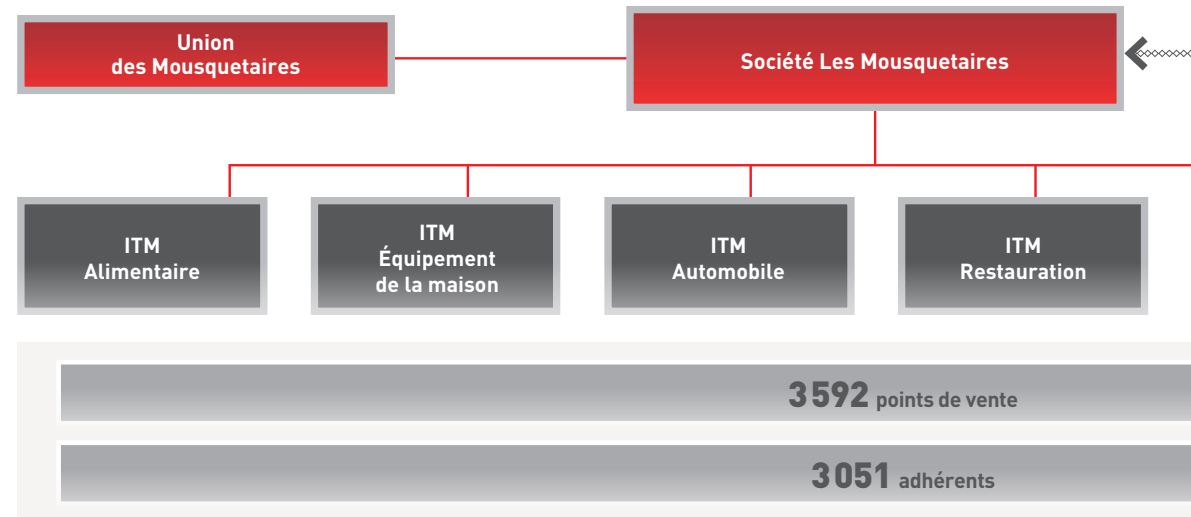


Les activités du Groupement sont d'abord constituées par l'ensemble des points de vente détenus par des chefs d'entreprise Mousquetaires qui ont investi leur temps et leur patrimoine personnel pour créer et développer leur activité.

Ils sont donc propriétaires de leurs points de vente. Pour les Mousquetaires, l'ensemble de ces points de vente est nommé « aval ».

Cette indépendance dans la gestion et l'organisation de leurs entreprises s'appuie sur de nombreuses structures en « amont », comprenant :

- Un pôle agroalimentaire unique dans le monde de la distribution, composé de plus de 60 unités de production, toutes localisées en France ;
- Une logistique intégrée qui gère les approvisionnements (stockage et livraison des produits) des points de vente en Europe ;
- Des services intégrés (achats, marketing, systèmes d'information, qualité, immobilier, banque, assurance, communication, etc.) qui accompagnent au quotidien les points de vente.



Les adhérents consacrent bénévolement deux jours par semaine au Groupement et à ses structures communes, au niveau régional, national ou international. Ils participent ainsi aux décisions stratégiques. Chaque adhérent peut également devenir copropriétaire du Groupement en achetant des parts de son capital. Il devient alors associé. Ce statut lui confère autant de droits que de devoirs, dont celui de devenir référent auprès de jeunes adhérents pour les accompagner tout au long de leur parcours.

100 %

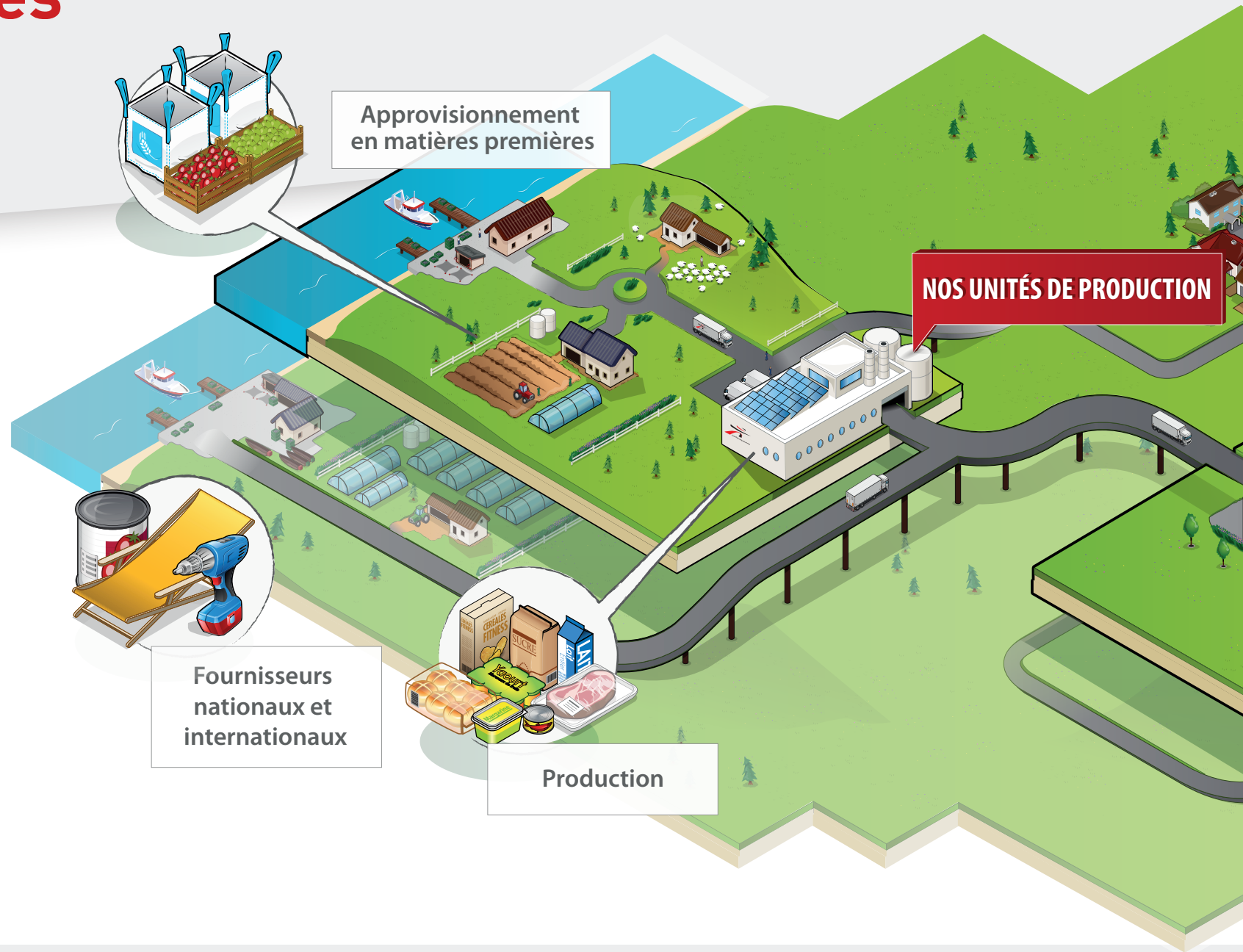
1512
adhérents associés

Immo
Mousquetaires

Agromousquetaires



Nos activités



Communautés locales

Clients, collectivités, élus, fournisseurs, partenaires, associations, etc.

Stockage et transport
des produits

NOS MÉTIERS

Direction générale, achats,
marketing, immobilier,
construction, qualité et
développement durable.

NOS POINTS DE VENTE

Nos enseignes



2389

points de vente

dont **1836** en France,
78 en Belgique,
243 au Portugal
et **232** en Pologne



Intermarché

Par son positionnement unique de producteur commerçant, Intermarché garantit la qualité et le juste prix de ses produits, de leur fabrication à leur distribution.

Cette posture est un axe fort de différenciation par rapport à la concurrence et un des éléments clés de sa stratégie. Pour cela, l'enseigne s'appuie sur Agromousquetaires, le pôle agroalimentaire du Groupement, qui lui garantit son indépendance d'approvisionnement et lui assure une maîtrise complète de la filière.

L'enseigne se décline aujourd'hui en France en quatre formats :

- hyper (85 points de vente)
- super (1361 points de vente)
- contact (316 points de vente)
- express (74 points de vente)

Pour répondre au mieux aux attentes des consommateurs, l'enseigne compte également 1 193 drives sur le territoire français.

www.intermarche.com



298
points de vente
en France



Netto

Netto, l'enseigne de discount alimentaire des Mousquetaires, s'engage à fournir, dans des points de vente de proximité, plus de 1 000 produits du quotidien à prix imbattables (références identifiées comme les moins chères du hard discount). La force de Netto réside dans son concept à taille humaine (de 650 à 1 000 m²) qui permet un parcours client simple et efficace avec une large zone de produits frais (fruits & légumes, boucherie, marée, boulangerie). Mais l'enseigne répond aussi aux besoins essentiels des clients en proposant une offre de 4 200 références avec des marques nationales et une majorité de produits à marques propres (85 %) dont des gammes bio, snacking ou premium.

www.netto.fr

Nos enseignes



649

points de vente

dont 480 en France,
35 au Portugal
et 134 en Pologne



Bricomarché

Bricomarché réunit cinq univers différents : le bricolage, la construction, le jardinage, la décoration et l'animalerie.

Le concept de l'enseigne se décline sur des formats types allant de 1 000 à 5 000 m². Adaptés à chaque type d'implantation, ces différents formats font de Bricomarché une enseigne de proximité par excellence.

Du bricoleur débutant au plus averti, les clients bénéficient de conseils avisés de professionnels et de multiples services proposés sur place. Une offre renouvelée régulièrement, un univers clair et accueillant, le contact-client sont les atouts de l'enseigne.

www.bricomarche.com



23
points de vente
en France



Brico Cash

Afin de répondre aux évolutions du marché du bricolage, les Mousquetaires ont développé avec Brico Cash, le format entrepôt : 2 000 et 3 000 m².

Toute l'année, l'enseigne apporte une réponse adaptée aux clients qui recherchent des produits en grandes quantités, immédiatement disponibles et à des prix particulièrement attractifs.

Brico Cash s'adresse à une clientèle de bricoleurs avertis ou à des professionnels qui souhaitent construire, rénover leur habitat ou réaliser un chantier. Pour répondre à leurs besoins, Brico Cash propose 11 000 références en construction et rénovation, et du stock pour les chantiers.

www.bricocash.fr

Nos enseignes



83
restaurants
en France



Poivre Rouge

Avec deux options de formats (450 ou 600 m²), chaque restaurant-grill Poivre Rouge bénéficie d'une architecture moderne, intégrant les dernières tendances de consommation.

Poivre Rouge s'adresse à une large clientèle, professionnels, familles, couples, jeunes adultes, groupes d'amis, à midi, en soirée ou le week-end. Les restaurants mettent également à disposition un espace dédié aux enfants, gratuit et sécurisé.

L'enseigne propose une offre variée, avec un buffet d'entrées à volonté et des grillades de qualité permettant d'allier plaisir et nutrition au meilleur rapport qualité/prix.

www.poivre-rouge.com



150

centres-autos

dont **119** en France
et **31** au Portugal



Roady

Les centres-autos Roady proposent une gamme complète de produits et de services pour l'équipement, l'entretien et la réparation automobile. Véritable alternative aux réseaux des constructeurs, l'enseigne propose une gamme de plus de 100 prestations atelier assurées par des techniciens formés aux dernières technologies.

D'une simple révision aux interventions plus techniques, les clients peuvent choisir Roady comme unique interlocuteur, y compris pendant la période de garantie constructeur.

L'enseigne dispose également d'un espace de vente offrant plus de 40 000 références produits de marques nationales ou de marques propres.

www.roady.fr

Nos filiales



5,7
millions de m² de
surface de vente,
2 446 actifs gérés,
3 100 baux.

Immo Mousquetaires

Une structure immobilière intégrée

Foncière intégrée au Groupement, Immo Mousquetaires conçoit et réalise des programmes mixtes de commerces, de logements et d'activités. Son département « construction » 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.

Les Mousquetaires sont également membres de l'Observatoire de l'Immobilier durable, un réseau de professionnels de l'immobilier tertiaire indépendants, impliqués dans le développement durable. Ils inscrivent ainsi ce sujet au cœur de leur stratégie immobilière.





Logistique

Une structure efficace au service des points de vente

Pour alimenter les 3 592 points de vente en France et en Europe, et assurer une livraison optimale des marchandises, les Mousquetaires disposent de leurs propres bases d'approvisionnement.

Le Groupement est le troisième logisticien français.

Près de 900 millions de colis de marchandises sont ainsi stockés et transportés chaque année grâce à :

- des plateformes régionales de stockage pour tous les produits (frais, sec, marchandises générales, non-alimentaire) situées en bordure des grands axes routiers, et souvent dans les zones de production agricole,
- une flotte de plus de 1 600 semi-remorques qui garantit aux points de vente la disponibilité, la fraîcheur et la qualité des produits,
- des outils informatiques puissants et modernes qui optimisent la gestion des approvisionnements, de l'exploitation et du transport des marchandises.



Nos filiales



Agromousquetaires

Un pôle agroalimentaire unique dans le monde de la distribution

Depuis la naissance du Groupement en 1969, l'indépendance des approvisionnements a constitué la clé de voûte de la stratégie de rupture des Mousquetaires.

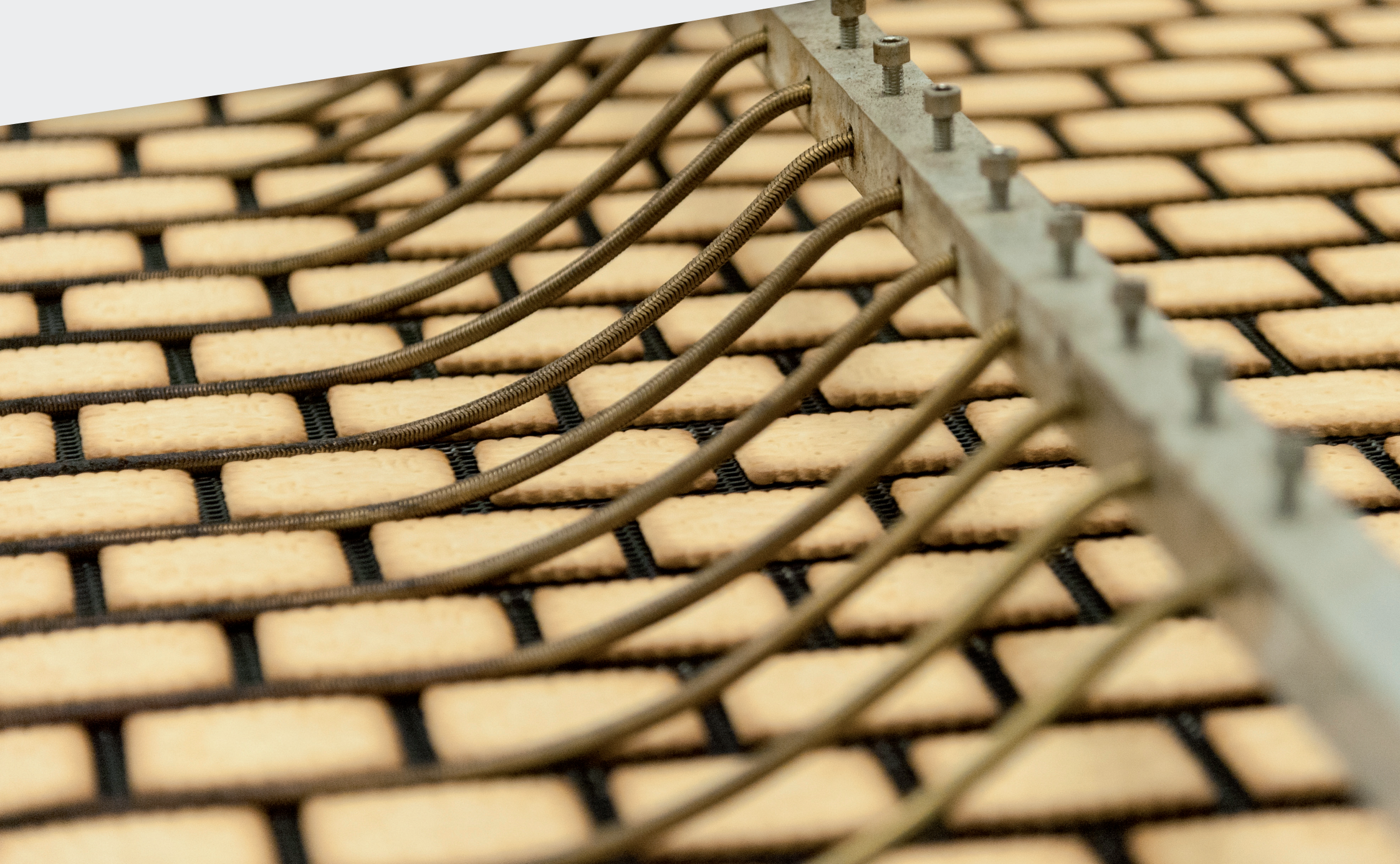
C'est pourquoi le Groupement a développé un pôle de production agroalimentaire puissant et structuré, Agromousquetaires.

Avec 10 filières de production, plus de 60 unités de production réparties en France, 11 000 collaborateurs et environ 18 000 éleveurs et 1 200 agriculteurs partenaires, Agromousquetaires est aujourd'hui un acteur clé de l'agroalimentaire français.

C'est aussi le premier fabricant de marques propres sur le territoire, avec 3 000 références produits *made in France*.

Il est au cœur de l'ADN et de la stratégie unique de producteur-commerçant du Groupement Les Mousquetaires.





Les Mousquetaires
Direction de la communication et de l'information
Parc de Tréville - 3, allée des Mousquetaires - 91078 Bondoufle cedex
Tél. 01 69 64 10 06
www.mousquetaires.com

