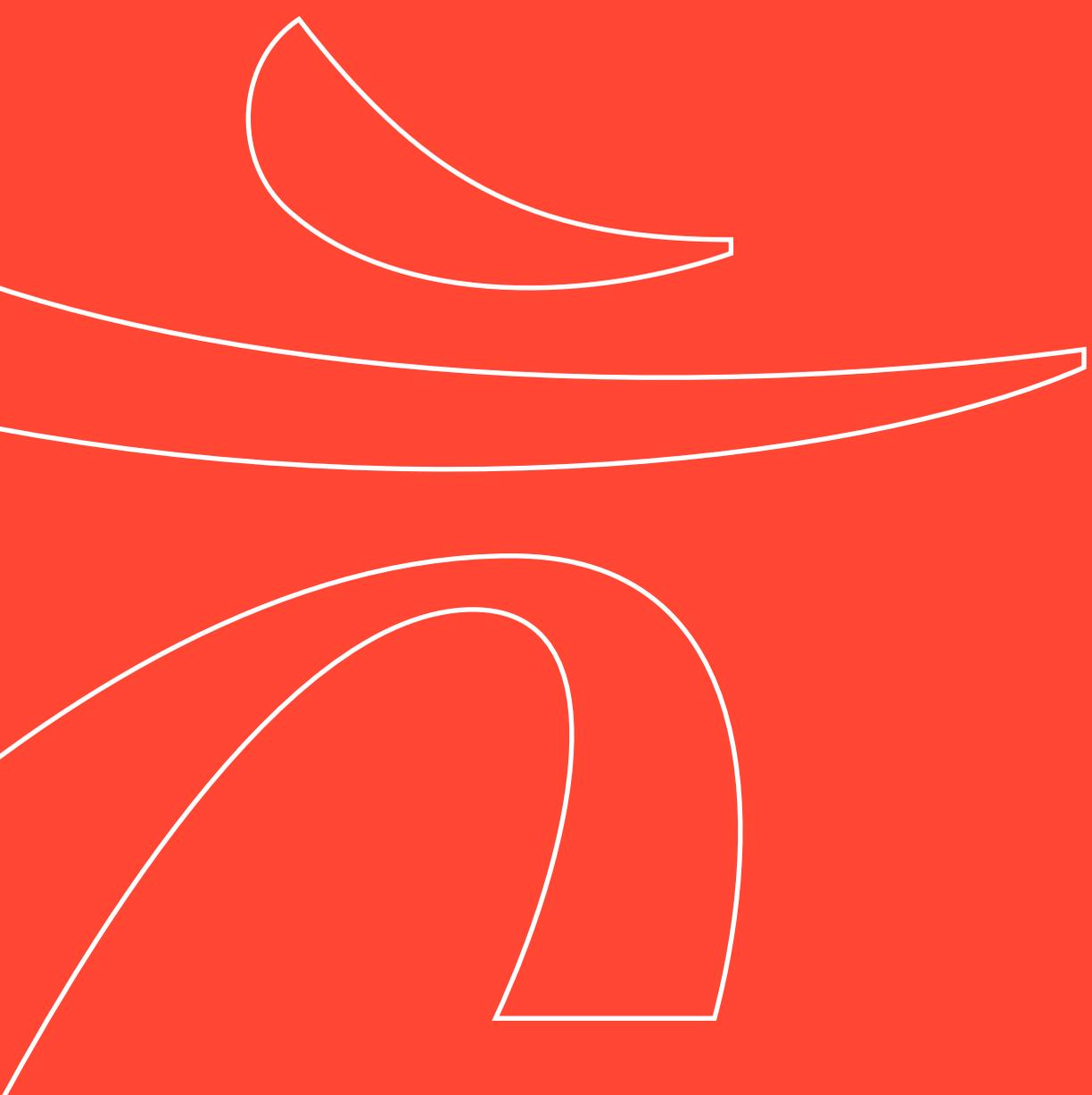


RAPPORT
DÉVELOPPEMENT
DURABLE
2024





P.3 CE QUI UNIT LES MOUSQUETAIRES

P.4 QUI SOMMES-NOUS ?

- P.6 Notre modèle économique : le commerce associé
- P.8 Notre stratégie de développement durable
- P.9 3 questions à Grégoire Bourdaud

P.10 ÉCONOMIE CIRCULAIRE : CRÉER UNE BOUCLE VERTUEUSE DE L'AMONT À L'AVANT

- P.12 Réduire les emballages en amont
- P.14 Valoriser les déchets en aval et favoriser le réemploi
- P.16 Lutter contre le gaspillage

P.20 TRANSITION ÉNERGÉTIQUE : VERS UNE AUTOCONSOMMATION DANS LES TERRITOIRES

- P.22 Vers une sobriété énergétique
- P.24 Accélérer notre transition énergétique

P.28 TRANSITION ALIMENTAIRE : RENDRE ACCESSIBLE À TOUS LE « MIEUX MANGER »

- P.30 Des produits à marques propres sains, de qualité et responsables
- P.32 Des démarches engagées pour la promotion d'une agriculture plus responsable

P.38 PLAN CLIMAT : RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DU GROUPEMENT

- P.40 Vers la décarbonation de nos activités
- P.42 Responsable sur 100 % de nos filières
- P.46 Vers un numérique responsable et durable

P.50 ÉVOLUTION DU TRAVAIL : PROPOSER UNE QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL OPTIMALE

- P.52 Préserver la santé et la sécurité de nos collaborateurs
- P.55 Développer les compétences et l'employabilité des collaborateurs
- P.58 Accompagner et promouvoir l'entrepreneuriat

P.62 DES COMMERÇANTS RESPONSABLES : ENGAGER LES POINTS DE VENTE



ÉDITO

CE QUI UNIT LES MOUSQUETAIRES

Nous ne sommes pas un distributeur comme les autres. Nous sommes des entrepreneurs engagés, unis par une même vision du commerce : profitable aux femmes et aux hommes, aux territoires, économe des ressources naturelles, alimenté par des productions durables.

« Producteurs et commerçants » responsables, nous avons pris conscience, très tôt, dans nos régions, dans nos Métiers, dans nos filières, des défis du développement durable. La forte ambition de notre Groupement et la mutualisation de nos expertises nous ont permis de relever ces défis. Aujourd'hui, notre objectif est d'insuffler cette vision à toutes nos activités.

Le développement durable est au cœur de notre projet participatif, qui implique adhérents, collaborateurs et consommateurs, ainsi que nos filières et nos points de vente.

Chaque jour, tous ces contributeurs font vivre notre projet en réduisant notre empreinte environnementale, en accroissant la qualité et la durabilité de nos productions et en contribuant à la vitalité de nos territoires.





QUI SOMMES-NOUS ?

Un Groupement d'indépendants interdépendants



P.6
**Notre modèle économique:
le commerce associé**

P.8
**Notre stratégie
de développement durable**

P.9
**3 questions
à Grégoire Bourdaud**



Notre modèle économique : le commerce associé

Nous formons et fédérons des chefs d'entreprise indépendants (adhérents) qui ont investi leurs propres capitaux pour créer leur entreprise. Ces entrepreneurs s'appuient sur une puissante organisation pour être pleinement performants au service des clients.

Chaque adhérent est propriétaire et responsable de la gestion de ses points de vente. Une à deux fois par semaine, il participe également bénévolement à la codirection de l'une des structures communes du Groupement : la logistique, les achats, le marketing, les systèmes d'information, etc.

Un puissant réseau de points de vente

3 Métiers et 7 enseignes

Alimentaire



Équipement de la Maison



Mobilité



Nos 4 100 points de vente en Europe, dont plus de 3 200 sur le territoire français, nous assurent un maillage unique et un ancrage local, notamment dans les zones rurales et les villes moyennes. À l'international, nous sommes présents en Belgique, en Pologne et au Portugal.

En chiffres

+ de 3 100
chefs d'entreprise indépendants

150 000
collaborateurs



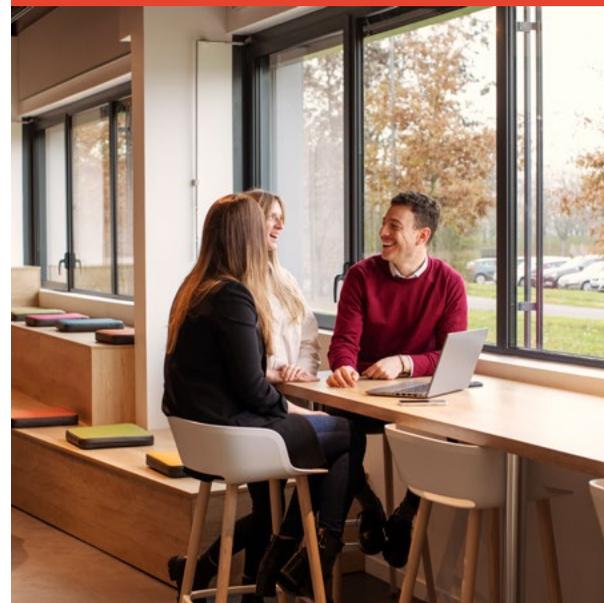
+ de 4 100
points de vente en Europe
dont 3 200
en France

45
bases logistiques en Europe



Près **d'1 milliard**
de colis traités

56 unités de production



UN CAPITAL PARTAGÉ

L'intégralité du capital de notre Groupement est détenue par plus de 1 700 adhérents associés de la Société Les Mousquetaires. Gérés directement par ceux-ci, nous ne sommes pas soumis aux aléas ou au court-termisme des marchés financiers.

UN OUTIL DE PRODUCTION EN PROPRE

Depuis nos débuts, nous fabriquons nous-mêmes nos marques propres, via notre pôle de production Agromousquetaires.

Une stratégie qui permet à nos enseignes de proposer des produits spécifiques en maîtrisant leur qualité et leur prix et de s'adapter aux besoins des clients. Agromousquetaires est aujourd'hui un acteur référent en matière de pratiques de production et de mode d'alimentation responsables. C'est aussi le premier fabricant de marques propres en France. Notre pôle industriel est présent sur 12 filières réparties en 6 pôles d'activité, avec 56 unités de production et une flotte de pêche de 15 navires.



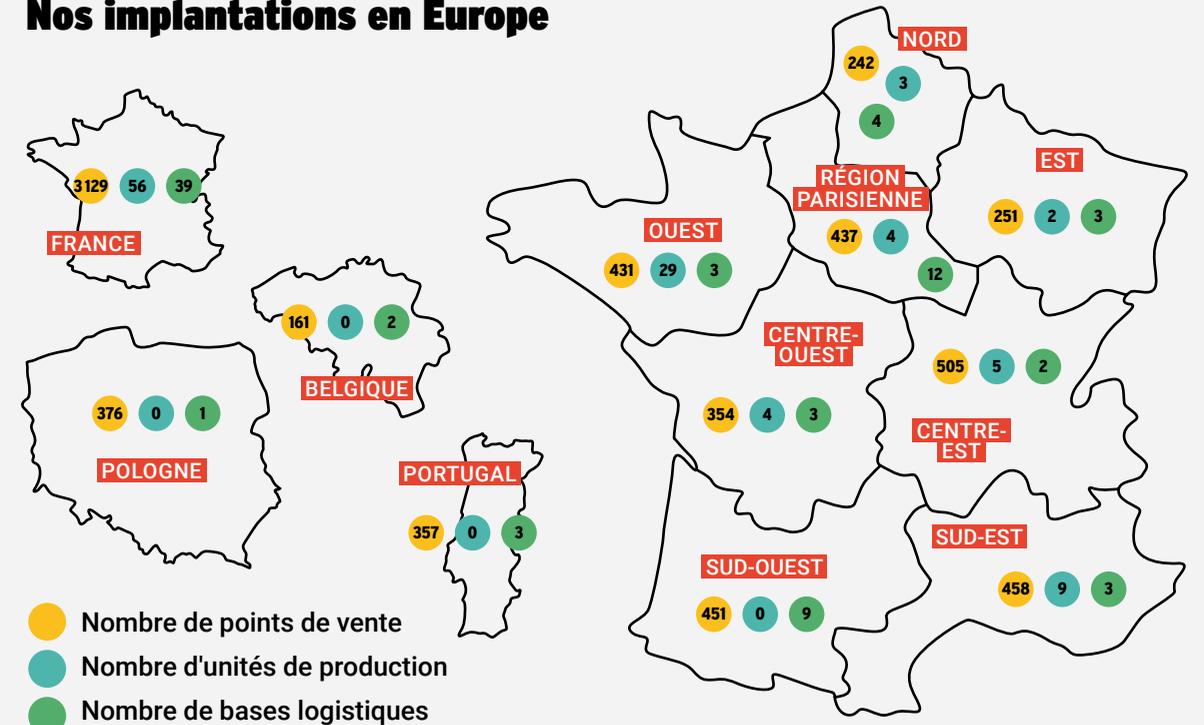
UNE LOGISTIQUE MAÎTRISÉE

Acteur majeur de la logistique, nous maîtrisons toute la chaîne de flux de marchandises grâce à nos 45 bases alimentaires et non alimentaires en Europe (dont 39 en France) et plus de 2300 semi-remorques en propre.

UNE FONCIÈRE INTÉGRÉE

Immo Mousquetaires, la foncière des Mousquetaires, rassemble tous les métiers de l'immobilier commercial au sein d'une seule et même structure. Aménageur, promoteur, investisseur et gestionnaire, elle s'engage dans la durée. 310 000 m² de surface de vente ont été créés en 2023.

Nos implantations en Europe





Notre stratégie de développement durable

Face à l'urgence climatique et aux nouvelles attentes sociétales, nous avons engagé, depuis plus de dix ans, une réflexion collective et une démarche de développement durable, avec une stratégie, des actions et des convictions fortes.

Nos 7 combats

Conscients des enjeux, nous avons décidé de recentrer notre engagement en faveur du développement durable autour de 7 combats :



L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE
réduction, collecte, valorisation et réemploi



LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE
réduction, production et achat d'énergie



LA TRANSITION ALIMENTAIRE
agriculture française pérenne et alimentation saine



L'ÉVOLUTION DU TRAVAIL
santé, sécurité et qualité de vie au travail, attractivité et fidélisation



LE NUMÉRIQUE RESPONSABLE
pour une informatique nouvelle génération



LE CLIMAT
décarbonation, gestion de l'eau et respect de la biodiversité



DES COMMERÇANTS RESPONSABLES
maîtrise de la qualité, de la sécurité, de l'environnement et engagé dans la RSE

Nos 3 piliers

Nous nous engageons quotidiennement pour relever des défis environnementaux et répondre aux attentes sociétales. Nous avons construit historiquement notre démarche autour de 3 piliers :

CONSTRUIRE UNE RELATION FORTE ET PÉRENNE AVEC NOS CLIENTS

en leur proposant des produits sûrs, de qualité, tracés et accessibles dans des points de vente irréprochables.

PORTER UNE ATTENTION CONSTANTE À NOS COLLABORATEURS

en leur proposant un environnement de travail sain et des opportunités d'évolution.

ÊTRE UN ACTEUR DE PROXIMITÉ RESPONSABLE

grâce à des Mousquetaires profondément attachés à leur région, qui participent au développement socio-économique de leur territoire et à la réduction de notre empreinte environnementale.



3 questions à

GRÉGOIRE BOURDAUD
président de la Direction Qualité & RSE

Comment votre stratégie RSE s'est-elle déployée ?

Nous travaillons de plus en plus avec des reportings d'indicateurs, indispensables pour mesurer la performance de nos engagements dans ce domaine. Nous devons être dans l'action, et encore plus volontaires dans la transformation de nos modèles et de notre offre. Dans cette logique, nous avons lancé plusieurs chantiers en 2023.

D'abord, la mise en place d'une nouvelle gouvernance avec la création de la commission Stratégie et Éthique RSE, dont le rôle est d'assurer l'encadrement et le respect des règles RSE, l'application du devoir de vigilance, socle de la gestion des risques RSE, la veille et l'anticipation des nouvelles réglementations et l'embarquement de tous les acteurs (adhérents et collaborateurs) pour un déploiement des bonnes pratiques. Ensuite, la préparation de notre futur rapport de durabilité en 2026, dans lequel s'insère notre stratégie de décarbonation à horizon 2035. Celui-ci répond à la nouvelle directive européenne CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive).

Bien sûr, à travers ces actions, nous cherchons à répondre à des enjeux de plus en plus forts que sont le renforcement de la confiance de nos clients, l'anticipation des nouvelles réglementations, la sécurisation qualitative et quantitative de nos approvisionnements et la volonté d'être un commerçant plus responsable.

Quel bilan dressez-vous de cette année ?

L'année 2023 et son contexte géopolitique et économique n'ont pas été favorables au déploiement de nos engagements RSE. Mais nous sommes restés, adhérents et collaborateurs, mobilisés car nous savons que tout se construit à petits pas et que ce que nous semons aujourd'hui servira dans les prochaines années.

Dans ce contexte défavorable, nous sommes satisfaits des résultats et du travail de nos équipes. Nous avons démontré notre capacité à mobiliser nos chefs d'entreprise indépendants et leurs collaborateurs, notamment dans le déploiement du label Commerçant Responsable.

Et puisque notre performance passe, aussi, par une offre qui répond au mieux aux besoins de nos clients, nous avons, également, engagé de nombreux chantiers autour des achats responsables. En plus de préparer les futures obligations règlementaires telle que la RDUE (Règlement Déforestation de l'Union européenne), nous avons, aussi, décidé d'engager des démarches volontaires autour du déploiement de gammes certifiées dans le commerce équitable. Nous savons que nous devons élargir notre offre responsable pour renforcer notre attractivité auprès des clients, toujours plus demandeurs de produits vertueux.

Quelles orientations stratégiques imaginez-vous pour demain ?

Nos combats de demain s'inscrivent dans la continuité de ceux d'aujourd'hui. J'en citerai trois majeurs. D'abord, notre ancrage territorial, avec un point de vente tous les 10 kilomètres, nous impose d'être encore plus proactifs dans l'économie locale (réduction des déchets et du gaspillage, retour de la consigne, labellisation des points de vente...).

Ensuite, notre rôle majeur dans le commerce, l'industrie agroalimentaire et les achats nous demande d'être encore plus précurseurs dans une offre en rupture pour faire évoluer nos gammes et proposer aux clients de nouveaux produits plus respectueux de l'environnement, et dont les emballages sont recyclés, recyclables, ou réemployables.

Et pour finir, car nous avons un impact carbone non négligeable en lien avec nos nombreuses activités d'achat, de transport, de stockage et de vente, la stratégie de décarbonation devient prioritaire et stratégique. Elle s'inscrira, dans les prochaines années, dans une démarche plus globale sur le climat, intégrant la gestion de l'eau (consommation, fuites et pénuries) et le respect de la biodiversité.



ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Créer une boucle vertueuse de l'amont à l'aval

Jour après jour, nous œuvrons pour transformer nos modes de production et de distribution. Impliqués à tous les stades du cycle de vie des produits, nous mobilisons toutes les parties prenantes, de l'amont à l'aval, afin d'accélérer le passage d'une économie linéaire à une économie circulaire.

Avec la création de la Silve, nous soutenons, dès 1995, une économie circulaire, fondée sur la règle des trois « R » : réduction, réutilisation et recyclage. En tant que producteurs et commerçants, nous réinventons, sans cesse, notre modèle afin de préserver l'environnement et les ressources. Les points de vente et les unités de production sont en première ligne pour lutter contre le gaspillage alimentaire et non alimentaire. En aval, nous créons de nouvelles filières de recyclage et de valorisation des déchets. En amont, les équipes d'Agromousquetaires repensent les emballages mis sur le marché.



P.12 Réduire les emballages en amont

P.14 Valoriser les déchets en aval et favoriser le réemploi

P.16 Lutter contre le gaspillage



Nos 3 engagements

100 % de nos déchets recyclables, réutilisables ou compostables sur tous nos sites

Intégrer la démarche d'écoconception des emballages pour l'ensemble de nos marques propres, toutes enseignes confondues

Intégrer au moins 25 % de r.P.E.T. dans les bouteilles d'ici 2025 et 30 % d'ici 2030

Réduire les emballages en amont

Producteurs, nous repensons continuellement les emballages à nos marques afin de générer moins de déchets et de faciliter le recyclage pour nos clients.

Notre priorité : bannir le plastique et favoriser le r.P.E.T.

Conscients que nos emballages peuvent constituer une menace pour l'environnement s'ils sont mal gérés et non recyclés, nous travaillons, sans cesse, avec nos fournisseurs pour réduire la quantité de plastique et utiliser des matériaux faciles à recycler, sans rien céder sur nos exigences en matière de qualité et de sécurité sanitaire de nos produits.

En 2022, nous avons adhéré au Pacte national sur les emballages plastique, regroupant des distributeurs, des ONG et des industriels. Nous nous sommes engagés à :

- **Diminuer nos emballages plastique** grâce à la mise en place d'une démarche d'écoconception ;
- **Supprimer les plastiques problématiques** ou superflus ;
- **Développer le vrac et le réemploi** ;
- **Améliorer la recyclabilité** des emballages en plastique ;
- **Mesurer nos progrès** sur la base d'un reporting annuel, réalisé par le pacte annuel.

Favoriser l'écoconception

En tant que producteur, nous avons lancé, depuis 2019, le #Défiemballage afin de repenser les conditionnements de nos produits à marques propres. L'objectif : 100% d'emballages recyclables, compostables ou réutilisables d'ici 2025. Les équipes R&D d'Agromousquetaires ont développé, dans cette logique, plusieurs innovations pour améliorer la recyclabilité des produits alimentaires et non alimentaires

Découvrez nos bouchons solidaires





Valoriser les déchets en aval et favoriser le réemploi

Notre engagement : proposer à nos clients des solutions de collecte de leurs déchets sur certaines filières d'économie circulaire.

Les chefs d'entreprise Mousquetaires sont responsables de leurs déchets et de ceux de leurs clients, jusqu'à leur élimination ou leur valorisation finale, en bout de chaîne. Conscients de l'impact négatif sur l'environnement, la biodiversité et la santé, nous nous sommes d'abord focalisés sur nos sites, et plus particulièrement sur le carton et le plastique. Aujourd'hui, une boucle 100 % circulaire est opérationnelle, entre 90 % de nos points de vente, unités de production et bases logistiques.

Incitation au recyclage du P.E.T.

Pour chaque bouteille en plastique vide rapportée dans un point de vente engagé dans la démarche, le client récupère un ou deux centime(s) d'euro, en bon d'achat ou sous la forme d'un don pour une association. Ces bouteilles sont collectées par la logistique, triées, lavées et réduites en paillettes par une machine. Elles sont ensuite retransformées en préforme, une partie étant utilisée pour produire nos propres bouteilles.

Collecte des déchets carton, plastique et caisses de polystyrène

L'impact du transport de ces déchets est limité autant que possible grâce à la « reverse logistique » : les camions qui approvisionnent les points de vente ne repartent pas à vide. Ils récupèrent les emballages carton, les caisses en polystyrène et les films plastique triés et les livrent sur les bases logistiques pour les massifier. Ces déchets sont valorisés auprès de papeteries françaises ou européennes, de régénérateurs de plastique, en agrégat pour le secteur du BTP ou encore en valorisation énergétique.

LES DÉCHETS

Recyclage et valorisation

En parallèle, nous déployons, par département, de nouvelles solutions opérationnelles afin de traiter les biodéchets, les déchets industriels (liquides dangereux, boues d'épuration...) et les autres déchets (capsules de café en aluminium, piles, articles de bricolage, cartouches d'encre...). Ceux-ci sont triés, collectés et valorisés par les éco-organismes dédiés ou les collectivités locales.

Les guides déchets

Afin d'accompagner les points de vente dans la valorisation de l'ensemble de leurs déchets et de ceux de leurs clients, nous mettons à jour régulièrement des guides déchets.

RÉDUIRE LES EMBALLAGES EN POINT DE VENTE



La consigne pour réemploi

Pour atteindre l'objectif de 100 % d'emballages réutilisables ou recyclables d'ici 2025, nous déployons progressivement la consigne pour réemploi. Grâce à la solution NoWW (No Waste in my World), les points de vente volontaires proposent un système de consigne sur des emballages en verre ou en plastique, dans les rayons traditionnels. D'autres types de consigne (barquettes micro-ondables, bocaux) sont actuellement en test.

Le vrac

À ce jour, 1 370 points de vente alimentaires et 600 points de vente de bricolage sont équipés de rayons vrac.

En chiffres

VOLUMES COLLECTÉS ET VALORISÉS EN 2023

 **135 034**
tonnes de carton

 **6 655**
tonnes de films plastique

 **111**
tonnes de polystyrène

 **36**
tonnes de P.E.T. récupérées grâce au recyclage des bouteilles



3 questions à

AUORE CRIBIER
adhérente Intermarché
au May-sur-Evre, pilote sur la consigne

Quelle solution avez-vous mise en place dans votre point de vente ?

Notre point de vente a servi de test pilote pour des consignes sur des barquettes en inox micro-ondables. Il s'agit d'un système incitatif : le consommateur rapporte le contenant et est gratifié de quelques centimes d'euro.

Quels sont les enjeux d'une telle solution ?

La mise en place de la consigne est d'abord une réponse à certains clients, sensibles aux problématiques actuelles et demandeurs de réduire les emballages jetables, notamment dans les rayons traditionnels. En tant qu'acteur de proximité responsable, nous devons évidemment montrer l'exemple et nous investir pour réduire l'impact environnemental de notre point de vente, labelisé Commerçant Responsable en décembre 2022. C'était important pour nous de mobiliser nos équipes autour d'un projet commun et fédérateur.

Imaginez-vous un retour de la consigne à grande échelle ?

Le retour de la consigne est primordial pour atteindre les objectifs de réduction des emballages que nous nous sommes fixés à l'échelle du Groupement. Je suis persuadée que ce sera un service client indispensable dans nos points de vente dans les années à venir. Le plus difficile est de faire connaître la solution, et de faire adhérer l'ensemble de la clientèle. Si certains sont aguerris, ce sont, pour beaucoup, de nouveaux réflexes à adopter.



Lutter contre le gaspillage

Nous engageons des actions concrètes pour lutter contre le gaspillage. Notre objectif : limiter les volumes de déchets, économiser les ressources et contribuer au « mieux manger » des plus démunis.

Alimentaire

Les enseignes alimentaires ont mis en place, fin 2019, un plan Anti-Gaspi afin de minimiser la destruction des invendus et de favoriser le don et la vente à date courte. Au quotidien, des actions concrètes sont mises en place.

- Lancés en mars 2022, nos paniers « Les Moches », en carton 100% recyclé, permettent à nos points de vente de **sauver des fruits et légumes**, à prix réduit. En 2023, 404 105 paniers ont été sauvés. Des **corners anti-gaspi**, proposant des produits avec une remise de -30 à -50 % sont mis en place.
- Pour aller plus loin dans la lutte contre le gaspillage, nous avons signé des accords avec quatre prestataires, dont un **partenariat avec Too Good To Go**, dédié aux invendus sortis des rayons. En 2023, 564 548 paniers anti-gaspi ont été sauvés via l'application Too Good To Go.
- Nous nous engageons à **sensibiliser nos consommateurs** sur les dates de consommation. En devenant signataire du pacte initié par Too Good To Go, nous souhaitons clarifier la différence entre une date de durabilité minimale (DDM) et une date limite de consommation (DLC), afin que les produits ne soient pas systématiquement jetés. En interne, nous déployons des encarts anti-gaspi sur les emballages de nos produits à marques de distributeur ayant une date de durabilité minimale, pour éviter le gaspillage.
- Cinq conventions de partenariat nationales (Restos du Cœur, Banques alimentaires, Croix Rouge française, Donnons-leur une chance et Emmaüs) ont été signées. Ainsi, en 2023, 6 035 tonnes de produits ont été données aux **banques alimentaires** par les points de vente et les bases logistiques, soit 6,6% de plus qu'en 2022.
- Impliqués auprès des plus précaires, les adhérents Intermarché et Netto ont participé, en 2023, à 11 **opérations produits-partage**

(Pasteurdon, Unima, Banques alimentaires et 1001 Fontaines), via des dons et des collectes.

Dans les bases logistiques alimentaires, 103 512 paniers de produits ont été sauvés en 2023, grâce au partenariat mis en place en 2022 avec Phenix sur des produits alimentaires et non alimentaires.

Équipement de la Maison

De leur côté, les enseignes du bricolage agissent également pour limiter les volumes de déchets. Depuis 2021, Bricomarché et Bricorama se sont associés au réseau solidaire ENVIE, afin de donner une seconde vie aux outils de bricolage et de jardinage.

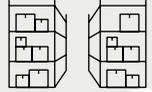
Via la convention signée début 2021 avec Emmaüs, des produits, restés en stock, sont vendus à 30% de leur valeur d'origine à des personnes défavorisées dans les différentes « boutiques solidaires », au lieu d'être détruits. Bricomarché lutte également contre le gaspillage végétal en proposant à ses clients, via l'application Too Good To Go, des paniers surprise composés de plantes défraîchies à prix réduit. En 2023, 104 points de vente engagés dans la démarche ont permis de sauver 17 185 paniers.

Digitalisation des supports de communication

Depuis quelques années, les supports de communication et de travail évoluent. La lutte contre le gaspillage se traduit également par la dématérialisation des tickets de caisse, la digitalisation de la promotion et la réduction du nombre de prospectus imprimés. La rationalisation du nombre de pages a permis une réduction de 58% du tonnage de prospectus Intermarché et Netto imprimés en 2023 (24 623 tonnes vs. 58 580 tonnes en 2022). 100% des prospectus sont imprimés sur un papier issu de forêts écogérées (label PFEC), avec des encres vertueuses.

Indicateurs

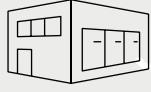
Montant des produits donnés aux associations (du 01/01/2023 au 31/12/2023)

 **125 626 €**
Bases logistiques
Équipement de la Maison France

 **4 901 277 €**
SCA Fruits France

 **15 426 618 €**
Bases logistiques Alimentaire France

 **2 219 000 €**
Intermarché Portugal

 **73 000 €**
Bases logistiques Portugal





ÉCONOMIE CIRCULAIRE FAITS MARQUANTS

En cette année 2023, nous avons poursuivi nos efforts pour atteindre nos objectifs de recyclage, d'écoconception et de lutte contre le gaspillage.



S'ENGAGER

Le Groupement soutient les Restos du Cœur en difficulté

En septembre 2023, Patrice Douret, président des Restos du Cœur, appelait à la mobilisation face à l'augmentation du nombre de bénéficiaires. En réponse, des jours de collecte supplémentaires ont été proposés dans les points de vente Intermarché engagés. Nous avons également fait un don de produits, issus de nos 56 unités de production, d'une valeur d'un million d'euros.



DONNER

L'édition 2023 du Pasteurdon

À l'occasion de la 17^e édition du Pasteurdon, les enseignes Intermarché et Bricomarché se sont mobilisées aux côtés de la Fondation Le Roch- Les Mousquetaires du 3 au 8 octobre. Plus de 10 « produits-partage » étaient proposés, dont une partie des fonds collectés a été reversée pour soutenir les recherches de l'Institut Pasteur sur la sécurité biologique des aliments.



COLLECTER

36 tonnes de plastique valorisées en 2023

Anticipant les objectifs de recyclage et de réintégration de matière recyclée dans les emballages de boissons, nous avons collecté, en 2023, 36 tonnes de plastique grâce aux machines installées en point de vente. Les paillettes de P.E.T. obtenues sont ensuite valorisées et utilisées pour façonner de nouvelles bouteilles.

RÉCUPÉRER

Les capsules de café valorisées

Via le partenariat national mis en œuvre avec l'Alliance pour le recyclage des capsules en aluminium (Arca), le marc de café est valorisé en compost agricole tandis que l'aluminium est destiné à fabriquer des cadres de vélo, des canettes ou des pièces de moteur. En 2023, 178 points de vente Intermarché ont mis à disposition un bac de récupération des capsules de café ; 119 tonnes ont été valorisées.



RÉDUIRE

Moins d'encre et de couleurs sur les packagings

Depuis 2023, les équipes marketing d'Intermarché et d'Agromousquetaires cherchent à optimiser la consommation d'encre et le nombre de couleurs utilisées sur les emballages afin de réduire l'impact environnemental et les coûts de production des packagings des produits à marques propres. Résultat : une économie d'encre représentant près de 3,13 kg d'équivalent CO₂, soit une distance parcourue de 28 kilomètres en voiture individuelle. La réduction du nombre de couleurs a permis d'économiser 70 000 euros au cours de l'année 2023.



Découvrez l'éco-encrage





TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

Vers une auto-consommation dans les territoires

Attentifs à notre impact environnemental et à nos coûts de fonctionnement, nous avons engagé des actions de réduction de nos factures énergétiques, fait évoluer nos achats pour plus de durabilité, amélioré la performance énergétique du Groupement et démarré le déploiement d'une autoconsommation dans nos points de vente, nos bases logistiques et nos unités de production.

Dès 2014, nous nous sommes engagés dans une stratégie « énergie » afin de diminuer drastiquement notre consommation, d'optimiser et de piloter les coûts et de verdir nos approvisionnements en investissant dans des énergies renouvelables. Encouragés par les premiers résultats, nous avons renforcé nos exigences en nous engageant à réduire de 5% notre consommation, à périmètre égal, sur la période 2020-2025. Sur tous nos sites, nous investissons dans des moyens durables en faveur d'un avenir énergétique, que nous voulons sobre, maîtrisé et autonome.



P.22
Vers une sobriété énergétique

P.24
Accélérer notre transition énergétique



Vers une sobriété énergétique

Nous avons signé, en juillet 2022, le protocole Perifem, avec des actions concrètes pour limiter les pics de consommation et atteindre un objectif de 10% de réduction en juillet 2024.

Réduire nos consommations d'énergie

Pour permettre l'amélioration de la performance énergétique de chacun de nos sites, nous avons priorisé trois types d'opération : le pilotage de la consommation, l'intégration dans l'existant de nouveaux équipements et le renouvellement du matériel, ainsi que l'accompagnement des points de vente dans leur stratégie énergie et dans le partage et la diffusion de bonnes pratiques.

En point de vente, les principales mesures de régulation et de pilotage permettent d'agir dans le sens de la sobriété énergétique :

Sur le poste froid : fermeture ou changement des portes de l'intégralité des meubles froids du point de

vente (qui permet, en moyenne, 10% de gain sur la consommation des meubles), hausse de la température des meubles froids négatifs de 2°C la nuit et le dimanche, coupure de l'alimentation froide des labos les week-ends et les jours fériés, mise en place d'une haute pression et d'une basse pression flottante (8 à 9% de gain sur le poste froid), etc.*

Sur le poste éclairage : installation de LED (en moyenne 50% de gain sur ce poste), éclairage d'un rayon sur trois ou de deux rayons sur trois lors de la mise en rayon, gradation lumineuse de l'éclairage et régulation de la luminosité en fonction du trafic, mise en place d'un minuteur et d'un disjoncteur dédié pour éteindre l'intégralité des éclairages la nuit (qui permet environ 12% de gain supplémentaire), etc.

Sur le poste chauffage et ventilation : baisse de la température de 2°C une heure avant la fermeture et augmentation de la température deux heures avant l'ouverture, coupure de la ventilation la nuit (qui permet, en moyenne, 50% de gain sur le poste chauffage et ventilation), etc.

Pour piloter au quotidien leur consommation et améliorer leur efficacité énergétique, se comparer avec des points de vente d'une même région et pour des activités identiques, les points de vente disposent de la plateforme « Performance RSE ».



Nos 2 engagements

Réduire les consommations d'énergie de tous nos sites et disposer d'un mix énergétique plus vertueux

Atteindre 5% d'économies d'énergie d'ici 2025 par rapport à 2020 et 10% des consommations d'électricité produit par des énergies renouvelables maîtrisées par le Groupement en 2025

* La haute pression (HP) flottante et la basse pression (BP) flottante consistent à déterminer l'écart optimal entre la température extérieure et les températures optimales de fonctionnement pour les deux processus. L'idée est de limiter l'usage des ventilateurs pour la HP, et de ne pas trop consommer d'énergie pour produire du froid pour la BP.

UNE SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE ANTICIPÉE

Sur le long terme, les points de vente nouvellement construits ou récemment rénovés intègrent la sobriété énergétique directement dans leur conception. Le concept Fab'Mag d'Intermarché prévoit l'installation d'éclairages LED et la fermeture d'au minimum 80% des meubles froids. La gestion technique du bâtiment (GTB) permet de superviser l'ensemble de leurs équipements en temps réel via une interface unique et centralisée. En moyenne, son installation permet d'économiser 9% d'énergie par an pour un point de vente alimentaire et 25% pour un point de vente de bricolage. Depuis septembre 2023, 283 points de vente ont signé un devis avec l'un de nos prestataires référencés pour l'installation d'une GTB.



Accélérer notre transition énergétique

Depuis quelques années, nous favorisons l'autoconsommation et l'utilisation d'énergies renouvelables.

Vers des points de vente en autoconsommation

Producteurs de nos marques propres dans nos unités de production, nous favorisons l'autoconsommation et souhaitons gagner en indépendance face aux fournisseurs nationaux. Afin d'accélérer notre transition énergétique, nous misons sur l'utilisation d'énergies renouvelables dans nos territoires, et notamment sur le photovoltaïque. Pour cause, nous disposons d'un véritable atout : un important foncier et des actifs valorisables (surfaces, terrains, toiture, parking, etc.).

Nous accompagnons nos adhérents dans la mise en place de systèmes en autoconsommation. L'ambition est d'accélérer le déploiement des panneaux photovoltaïques en toiture ou sous la forme d'ombrières. En décembre 2023, 210 points de vente sont équipés. Sur les parkings, l'installation de bornes de recharge pour véhicules électriques s'est accélérée fin 2023, 420 points de vente en sont équipés.

Du côté de la logistique, un des bâtiments de la base de Donzère (26) de 70 000 m² est alimenté exclusivement en énergie renouvelable.

Achats d'énergies renouvelables

Afin de sécuriser nos achats, nous mettons en place des contrats à long terme. Au total, nous avons signé huit contrats d'achat d'énergie renouvelable CPPA* avec différents partenaires. Ces signatures participent à notre stratégie de diversification des approvisionnements en électricité et nous permettent d'assurer une stabilité face à la volatilité des prix du marché de l'énergie. Fin décembre 2023, 15,2% de nos approvisionnements sont issus de ces parcs de production d'énergies renouvelables. Pour mutualiser les besoins et améliorer le suivi des consommations d'électricité, nous proposons, chaque année, un système de mandat aux points de vente ; 2 914 ont donné mandat pour l'achat de leur électricité et de leur gaz à partir de 2024, soit 95% du parc.

* CPPA : Corporate Power Purchase Agreement (contrat d'achat direct d'électricité renouvelable)

En chiffres



Baisse de la consommation d'électricité et de gaz des points de vente de

8,5%

entre 2022 et 2023



420 points de vente équipés de bornes de recharge pour véhicules électriques



2 questions à

STÉPHANE DUGOUSSET

Adhérent Intermarché à Viry-Châtillon (91)

Qu'avez-vous mis en place dans votre point de vente pour réduire vos consommations d'énergie ?

Notre point de vente a été rénové afin d'optimiser notre consommation d'énergie et de réduire notre empreinte environnementale. L'intégralité des meubles frigorifiques ont été remplacés par des nouveaux avec des portes, à l'exception de quelques vitrines semi-verticales, pour un meilleur rendement énergétique.

À l'intérieur comme à l'extérieur du point de vente, 100% des luminaires ont été changés en LED ; des capteurs de présence dans les couloirs et les chambres froides permettent de contrôler leur éclairage. Nous sommes précurseurs sur l'installation des heures silencieuses : tous les jours, entre 8 h 30 et 9 h 30, la musique et les annonces radio sont éteintes et la luminosité baissée pour les personnes malentendantes et autistes. Si cette initiative répond avant tout à des enjeux d'inclusion, elle permet aussi une réduction quotidienne de la consommation d'énergie. Enfin, nous avons poursuivi nos efforts et nos investissements pour un commerce plus responsable avec l'installation, en 2024, d'une structure de 1 050 m² de panneaux solaires, couvrant l'essentiel des places de parking.

Quels sont les résultats ?

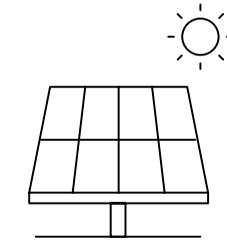
L'installation de LED et la fermeture des meubles froids nous ont permis de passer de 950 à 750 mégawatts de consommation d'énergie par an. Avec une réduction de 30% de nos achats d'énergie, l'usage des panneaux photovoltaïques devrait faire atterrir notre consommation annuelle à 500 mégawatts par an, soit une réduction de près de 50% en quatre ans.



• TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

FAITS MARQUANTS

En 2023, nous avons continué d'œuvrer pour verdir nos activités de production et de distribution, via l'achat d'énergies renouvelables et l'autoconsommation.



ACHETER

Signature d'un accord majeur pour l'énergie solaire

En juillet 2023, nous avons signé un contrat d'achat d'électricité (CPPA*) d'une durée de quinze ans avec TSE, leader français de l'énergie solaire. Cette électricité est produite sur les centrales solaires de Marville (55) et d'Oxelaère (59), et est destinée à l'approvisionnement de nos usines de production.

* CPPA : Corporate Power Purchase Agreement (contrat d'achat direct d'électricité renouvelable)

PRODUIRE

Garancières II, une base logistique labellisée HQE

Inaugurée en septembre 2023, Garancières II obtient le label HQE (Haute Qualité Environnementale). Ses 3 110 m² de panneaux photovoltaïques et son pilotage centralisé de l'énergie lui procurent un haut niveau de performance énergétique, tout en respectant l'environnement. Grâce à ces installations, une économie d'énergie de 60 % est prévue sur ce site.



TRANSITION ALIMENTAIRE

Rendre accessible à tous le « mieux manger »

Le pouvoir d'achat ne doit pas être un frein au « bien manger ». Afin que chacun puisse choisir des produits sûrs et sains, nous améliorons, sans cesse, notre démarche qualité, créons de nouvelles recettes et soutenons le monde agricole pour des filières durables et responsables, « de la fourche à la fourchette ».

En tant que producteurs et commerçants et grâce à un fort ancrage dans les territoires, nous sommes engagés auprès des producteurs français, avec la volonté « d'apporter le mieux-être au plus grand nombre en agissant sur les rouages de l'économie ». Cette singularité nous a conduits à sceller les premiers partenariats durables par la contractualisation, dès 1992, afin de progresser ensemble vers une production plus rémunératrice et responsable.



P.30
Des produits à marques propres sains, de qualité et responsables

P.32
Des démarches engagées pour la promotion d'une agriculture plus responsable



Des produits à marques propres sains, de qualité et responsables

Grâce à la fabrication de nos fournisseurs partenaires et des unités de production du pôle Agromousquetaires, nous pouvons garantir la traçabilité et la qualité de nos produits, ainsi que le développement de gammes plus responsables, tout en contribuant au progrès des pratiques de production et d'alimentation.

Un pôle industriel intégré pour accélérer l'innovation et offrir le « mieux manger »

Fort de ses 11 000 salariés et de ses 12 filières animales et végétales, Agromousquetaires est un acteur agroalimentaire majeur en France, dont les 56 unités de production sont réparties sur tout le territoire hexagonal. Il s'engage résolument dans l'innovation, afin de s'adapter constamment aux besoins des consommateurs et aux évolutions du marché.

Ses initiatives en matière d'innovation couvrent un large éventail de domaines, allant de la reformulation des recettes et la suppression d'ingrédients controversés pour une meilleure qualité nutritionnelle (moins de sel, moins de gras, listes d'ingrédients plus courtes, etc.), à la conception d'emballages plus écologiques et à la mise en place de nouvelles technologies de production. Un travail qui permet aux produits à marque propre d'avoir des notes supérieures aux marques nationales sur Yuka.



QUELQUES EXEMPLES D'INNOVATION EN 2023

Préparation à base de pêche-abricot Paquito conçue à partir de 65 % de fruits (élue saveur de l'année 2024) ;

Une large gamme de 41 références de charcuterie sans nitrite, sans antibiotique et sans OGM ;

Une boîte avec « juste des petits pois et des carottes », sans sel, sans sucre, sans conservateurs et sans arômes ajoutés.



Promouvoir l'origine France

Premier signataire de la charte Nutri-Score, Intermarché lance le Franco-Score, en 2019, un système multi-informations sur l'Origine France qui précise le pourcentage de matières premières françaises dans le produit. Il a été déployé sur 700 références, entre 2020 et 2022, dont 50 % issues des marques propres Monique Ranou et Pâturages, afin d'inciter les consommateurs à acheter des produits fabriqués en France. Plus récemment, nous nous engageons à déployer la nouvelle démarche Origin'Info, d'ici fin 2024.

Entre 2022 et 2024, un partenariat entre l'université Paris-Saclay et Agromousquetaires, autour d'une chaire « cuisine du futur », portée par Raphaël Haumont, physico-chimiste et professeur à l'université Paris-Saclay, et Thierry Marx, chef étoilé, a permis de mener différents travaux de recherche et d'innovation technologique afin d'explorer de nouvelles textures, de limiter les additifs et les allergènes, de diminuer le nombre d'ingrédients, etc.



Des démarches engagées pour la promotion d'une agriculture plus responsable

Nous accompagnons la transformation du modèle agroalimentaire via la valorisation de l'agriculture biologique, un plan « Pesticides » ambitieux, ainsi qu'un soutien actif à l'agroécologie, en France et à l'international.



Vers une transition agricole

En France, depuis plusieurs années, nous nous sommes engagés dans un plan ambitieux afin de supprimer les substances actives dangereuses pour la santé des consommateurs, des producteurs et de l'environnement, suivant deux axes :

1 Le développement des gammes de produits biologiques : Intermarché s'attache à faire progresser la part des produits biologiques dans ses assortiments. La part de marché d'Intermarché sur les produits biologiques a connu une forte progression, depuis fin 2018, avec un passage de 13% à 15,2% en 2023.

2 Le recours à des référentiels pour une démarche d'amélioration de progrès : le label « Zéro Résidu de Pesticides » (ZRP) qui vise à réduire ou à supprimer l'utilisation de certaines molécules classées à risque. Fin 2023, nous avons 18 références à marques de distributeur, disponibles chez Intermarché, sur les fruits et légumes « Mon Marché plaisir », les vins « Expert Club », les jus de fruits « Paquito », et les légumes surgelés et en boîte « Saint Eloi ».

L'utilisation d'ingrédients issus des filières à Haute Valeur Environnementale (HVE) : ce mode de production responsable prend en compte les ressources et les équilibres naturels, limite l'utilisation d'intrants et privilégie les pratiques qui protègent la biodiversité. Fin 2023, 215 références étaient certifiées HVE sur l'ensemble de notre portefeuille de produits à marques propres, principalement dans les secteurs fruits et légumes frais, vins, cidres, pain et pâtes.

Sur le plan international, nous avons rejoint plusieurs groupes de travail, portés par des ONG, associant des distributeurs et des industriels en lien avec la transition agricole, autour de la durabilité des filières cacao, avocat et banane.

Engagés aux côtés des agriculteurs et producteurs locaux

L'offre locale et régionale est mise en avant auprès des consommateurs, via plusieurs démarches :

- « **Un éleveur près de chez vous** » valorise plus de 15 000 animaux dans près de 250 points de vente Intermarché ;

ACCOMPAGNER DURABLEMENT NOS PRODUCTEURS

Nous nous appuyons sur une relation long terme avec les fournisseurs et les producteurs, notamment à travers la contractualisation. Notre volonté est d'acheter des matières premières de qualité, à un prix couvrant les coûts de production pour préserver leurs revenus. Nous contribuons ainsi à la pérennisation des filières françaises.

Bœuf : 22 % des approvisionnements sont contractualisés en 2023



Porc : plus de 120 éleveurs sont en contrat tripartite ou bipartite pour une durée de 3 à 5 ans (VPF, Label Rouge, Sans antibiotique à la naissance et bio). Dans ces contrats, le prix est indexé par rapport aux volumes.



Légumes : nous avons noué des contrats de 5 ans avec des maraîchers sur plus de 35 filières de productions végétales conventionnelles (HVE, Bio d'origine France et Merci !)



Lait : nous travaillons sur 4 filières qui regroupent, au total, 400 éleveurs sous contrat pour une durée de 5 ans renouvelable (Pâturé non OGM, Bio, Label Rouge).



En chiffres Agromousquetaires est le

3^e acteur de viande en France

.../...

- « **Les éleveurs vous disent MERCI !** » : coconstruite avec les producteurs pour les rémunérer en fonction de leur prix de revient, la gamme a généré un chiffre d'affaires de 85 millions d'euros et compte 29 références. Depuis sa création, Intermarché a reversé 13 millions d'euros de primes aux 900 producteurs engagés ;
- **La démarche « Producteurs d'ici »** : lancée en mai 2020 par Intermarché, elle met en avant les producteurs dans les rayons par une signalétique spécifique. Plus de 8 000 producteurs volontaires ont déjà été identifiés et 1 100 points de vente ont théâtralisé leurs producteurs locaux.

Engagés en faveur de la bientraitance animale

Au sein du Groupement, nous sommes convaincus que le respect des animaux et de ceux qui les élèvent est l'un des piliers d'une offre alimentaire responsable. Nous avons fait des cinq libertés fondamentales, définies par l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE), le socle de notre démarche « bien-être animal » :

- **Ressentir ni la faim ni la soif ;**
- **Ne pas souffrir** d'inconfort ou de contraintes physiques ;
- **Être indemne de maladies**, de lésions et de douleurs ;
- **Ne pas ressentir de peur** ou de détresse ;
- **Être libre** d'exprimer les comportements normaux de l'espèce.

Notre stratégie en faveur de la bientraitance animale s'inscrit tout au long de la chaîne de production, de l'élevage jusqu'aux abattoirs, en passant par le transport. Nous avons développé des comités de suivi des petites et grandes espèces, intégrant des ONG de ce domaine, et développé des référentiels qui prennent en compte les bonnes pratiques, de l'élevage jusqu'à l'abattage.

Nous développons également l'information pour les consommateurs, en tant que membre et administrateur de l'Association étiquette bien-être animal (AEBEA). Nous avons démarré l'étiquetage sur les poulets de chair et avons participé, en 2023, à l'élaboration du référentiel poules pondeuses.



Découvrez notre démarche en faveur du bien-être animal





Des initiatives portées par notre pôle industriel

Initiée en 2018 sous le nom « d'abattoirs responsables », la démarche s'appuie sur un système de management dédié, basé sur un référentiel respectant les normes ISO TS 34 700. Dès leur embauche, tous les employés ayant un contact avec les animaux sont certifiés « Opérateur protection animale en abattoir ». En 2023, 20 d'entre eux ont également reçu une formation spécifique pour être certifiés « Responsable protection animale en abattoir ».

Par ailleurs, en collaboration avec l'INRA et des associations de protection animale, des évaluations ont permis de mettre en lumière des pratiques exemplaires telles que l'utilisation de logettes individuelles, le paillage quotidien, ou encore la brumisation en cas de fortes chaleurs, dans les fermes expérimentales Ker Angel (porcin) et Haut-Gast (bovin).

Pour assurer une amélioration continue, des partenariats avec des abattoirs locaux ont été établis pour réduire les temps de transport, favorisant ainsi les approvisionnements en circuit court. Les contrôles de la qualité et de la bientraitance animale sont effectués régulièrement, aussi bien en interne qu'avec des organismes tiers indépendants. Des investissements significatifs ont été approuvés pour moderniser les installations et renforcer les normes de bien-être animal et de sécurité.



1^{er} fabricant de produits de marques de distributeur en France

15 000 partenaires agricoles

Indicateurs

Nombre de références responsables (marques propres et marques nationales) du 01/01/2023 au 31/12/2023

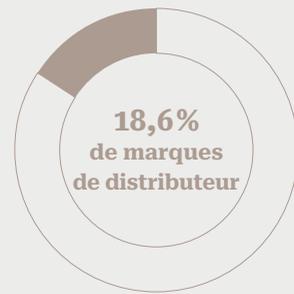
Intermarché Belgique
 **517**

Intermarché France MDD
 **1172**

Intermarché France marques nationales
 **4311**

Netto France
 **333**

Répartition des 3 885 références biologiques vendues dans les points de vente Intermarché



Part Origine France des produits issus de la Centrale et vendus dans les points de vente Intermarché

(ces données excluent les approvisionnements des points de vente en externe)



2 questions à

SYLVAIN SAUNIER
Président d'Agromousquetaires

En quoi est-ce un atout pour le Groupement d'être producteur et commerçant ?

L'histoire d'Agromousquetaires est le fruit d'opportunités saisies et aujourd'hui, elle se forge en une véritable arme stratégique. En ces temps où la sécurisation des matières premières est cruciale, et où la question de la souveraineté alimentaire est sur toutes les lèvres, le modèle unique du Groupement s'avère efficace. Agromousquetaires se distingue comme l'un des rares acteurs de l'agroalimentaire à avoir une vision aussi globale. En tant que producteur, nous avons la main sur l'ensemble de la chaîne de production. Cette intégration verticale nous confère la capacité de garantir tant la qualité que le prix des produits proposés dans nos enseignes, tout en assurant une gestion plus efficace des risques liés à la chaîne d'approvisionnement. Cette organisation nous permet une précieuse indépendance et une légitimité incontestable sur l'ensemble de nos filières.

Quel rôle tient Agromousquetaires dans la transition alimentaire du Groupement ?

D'abord, nous consolidons nos filières déjà établies, en continuant à investir dans l'amélioration de nos pratiques de production, afin de rester en phase avec les évolutions sociétales, et les besoins des consommateurs. Ensuite – comme en témoignent nos récentes acquisitions d'unités de production – nous nous engageons à équilibrer davantage notre portefeuille, en accélérant notre stratégie de diversification. Forts de l'expertise de nos équipes, nous persévérons dans notre quête d'innovation, en nous renforçant dans la production et le sourcing français.



• TRANSITION ALIMENTAIRE

FAITS MARQUANTS

Notre engagement en faveur d'une alimentation et une agriculture durables s'est accompli, en 2023, par des actions concrètes.

INNOVER

Vers une agriculture durable

Du 29 août au 1^{er} septembre 2023, nous étions présents au Congrès EAEE (European association of agricultural economics), organisé par l'INRAE et l'institut Agro Rennes-Angers. L'opportunité pour Agromousquetaires d'échanger avec des chercheurs et des professionnels et de faire avancer le débat en faveur de systèmes agricoles et alimentaires durables et résilients.



ACCOMPAGNER

Lancement d'Agrimousquetaires, au service de la transition agricole

Nous avons lancé, en décembre 2023, Agrimousquetaires, association fiscalisée et à but non lucratif. Elle agit aux côtés de nos partenaires agricoles dans une démarche collective, pour soutenir l'ensemble des filières dans la transition agricole et accompagner le renouvellement générationnel. Sa mission : aider les jeunes agriculteurs à reprendre des exploitations, œuvrer pour la pérennisation des filières françaises, garantissant ainsi un approvisionnement local, transparent et de qualité pour les consommateurs. La filière lait bénéficiera de cet accompagnement dès fin 2024 ; le déploiement d'autres filières (comme le bœuf, le porc ou les fruits et légumes) est en cours de réflexion.

Découvrez nos engagements en faveur de la transition agricole



DIVERSIFIER

Agromousquetaires investit dans le végétal

En février 2023, Agromousquetaires a repris Hermes Boissons (désormais Vertumnus), entreprise centenaire située dans l'Oise et spécialisée dans la fabrication de jus de fruits. Ce projet industriel s'inscrit dans la stratégie de diversification de nos activités, en faveur du végétal. Les investissements réalisés permettront également de développer notre ancrage local et de créer des emplois directs et indirects.

S'ENGAGER

Toujours aux côtés des PME françaises

En 2023, nous avons poursuivi notre démarche d'accompagnement des TPE et PME françaises, qui fabriquent pour nos enseignes alimentaires des produits à leurs marques et nous permettent d'enrichir notre assortiment. En novembre dernier, lors du salon PME FEEF, six entreprises ont été récompensées pour leur produit innovant, et ont été référencées, pendant six mois, dans les points de vente Intermarché.



PLAN CLIMAT

Réduire l'empreinte carbone du Groupement

Notre plan Climat s'appuie en priorité sur une stratégie de décarbonation forte. En effet, en tant qu'acteur de la distribution, nous sommes conscients de notre contribution aux émissions de gaz à effet de serre et de la nécessité d'engager des actions. Nous avons lancé une stratégie bas carbone globale, dont l'objectif est d'agir concrètement sur notre impact.

Nous avons identifié les leviers de décarbonation prioritaires, lancé notre projet pour fédérer les actions déjà réalisées et construit une stratégie transversale en regard des enjeux nationaux et européens. Dès 2019, nous nous sommes appuyés sur la démarche ACT (Assessing low Carbon Transition) de l'Ademe, afin de lancer notre programme de management de la stratégie bas carbone. Pour tenir notre engagement et afin de définir une trajectoire raisonnable et raisonnée de décarbonation jusqu'en 2050, nous avons décidé de présenter, en 2025, au SBTi (Science Based Targets initiative) un plan de transition 2026-2050, qui intégrera nos émissions directes et indirectes.



P.40
Vers la décarbonation de nos activités

P.42
Responsable sur 100% de nos filières

P.46
Vers un numérique responsable et durable



Vers la décarbonation de nos activités

Notre stratégie climat repose sur trois piliers indissociables : la réduction de l’empreinte carbone, la préservation de la biodiversité, ainsi qu’une gestion résiliente de l’eau.

Notre stratégie bas carbone

Nous poursuivons nos efforts pour réduire notre empreinte carbone, devenir plus économe et plus autonome, à travers notre stratégie bas carbone. Nous nous sommes fixé un cap ambitieux, embarquant toutes nos activités, qui se déploie en un plan de transition par entité. En 2023, nous nous sommes engagés sur cinq actions prioritaires, à mener pour toutes nos entités d’appui et nos points de vente :

- **Limiter l’utilisation des gaz frigorigènes** à haut potentiel d’émission de gaz à effet de serre, à tous les niveaux de la chaîne, de la fabrication aux points de vente ;
- **Réduire la consommation de carburants fossiles**, en optimisant, par exemple, les distances parcourues pour les livraisons ;
- **Améliorer le cahier des charges** des produits à marques propres en développant des gammes de produits plus responsables (bio, protéines végétales, origine France, produits et emballages recyclés et recyclables, etc.) ;
- **Réduire les consommations d’électricité** de tous nos bâtiments et disposer d’un mix énergétique plus vertueux ;
- **Sensibiliser et embarquer l’ensemble des adhérents et des collaborateurs** dans cette démarche en créant l’Académie climat des Mousquetaires.



NOTRE PLAN D’ACTION D’ICI 2050

En pratique, une feuille de route a été élaborée, précisant des objectifs de baisse de nos émissions carbone pour 2030 et 2035, jusqu’à la neutralité carbone en 2050, selon les résultats de cette première phase. Ce plan de transition sera soumis au SBTi au plus tard en juillet 2025, en travaillant, en priorité, sur nos activités les plus impactantes. Pour plus de transparence dans la démarche, nous publierons, chaque année, nos résultats de baisse de gaz à effet de serre. Un plan de compensation sera également établi car certaines émissions de carbone ne pourront être éliminées, au vu de la nature de nos activités.



Nos 3 engagements

Définir, d’ici juillet 2025, une trajectoire de décarbonation dans tous les pays pour 2030-2035

Lancer un plan de préservation de la biodiversité basé sur une évaluation de notre empreinte en 2025

Déployer en 2025 un plan de gestion de l’eau : économie, circularité et gestion des pénuries

Réduire l’impact environnemental de nos flux logistiques

Nous avons fait le choix de maîtriser l’ensemble de notre chaîne logistique afin d’assurer un service optimal et à moindre coût. Grâce à une flotte de 2 300 camions, les points de vente sont approvisionnés depuis nos bases, implantées à proximité.

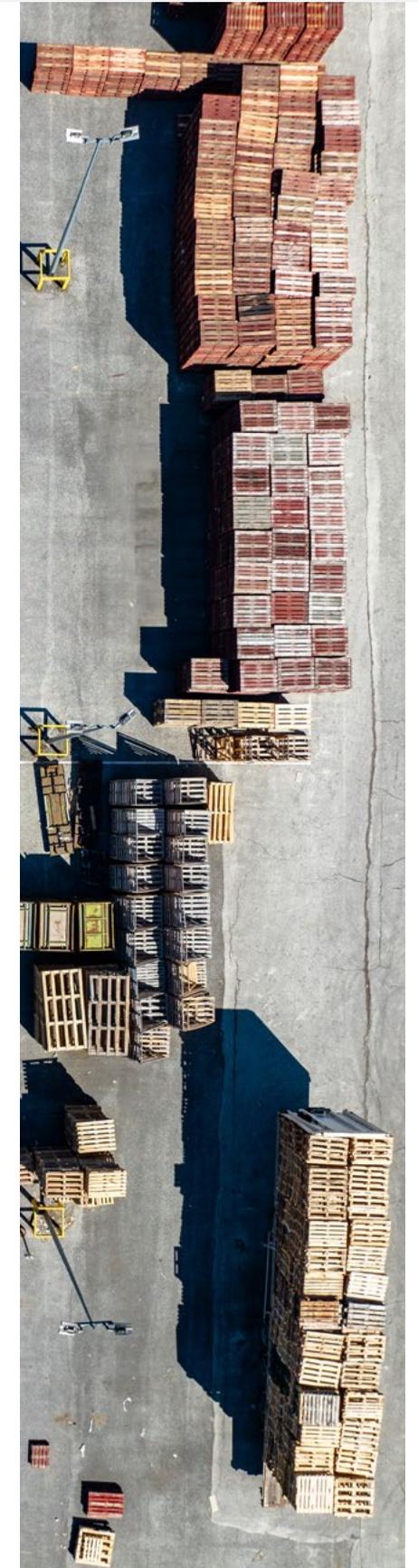
Nous avons mis en place différentes mesures, sur chaque paramètre de la chaîne logistique, afin de réduire l’empreinte des camions entre nos entrepôts :

- Limiter la vitesse des camions à 82 km/h et favoriser l’utilisation d’un outil d’optimisation des tournées pour réduire de 3 à 5% les distances parcourues.
- Consommer moins grâce à la formation des chauffeurs à l’écoconduite avec un objectif de 100% des chauffeurs formés.
- Rouler au gaz naturel liquéfié (GNL) : nous avons équipé nos 39 bases en France et notre flotte de camions et avons accompagné nos partenaires transporteurs pour l’achat de camions. Ce carburant améliore la qualité de l’air en réduisant de 95% les particules et réduit les nuisances sonores par deux, par rapport à un moteur diesel.
- Nous nous sommes dotés également d’une flotte de camions fonctionnant au biogaz, pour nos points de vente dans Paris intra-muros et la petite couronne. Ils sont équipés de groupes frigorigènes, aux standards les plus élevés de normes antibruit.



VERS UNE LOGISTIQUE CIRCULAIRE

Implantée au Havre (76), notre unité de production Estener fournit aux bases logistiques un biocarburant nouvelle génération et 100% renouvelable : le B100HX. Sa composition en huiles de friture usagées, impropres à la consommation, lui confère un profil carbone très avantageux. Les 700 000 tonnes de carburant produites par Estener, depuis 2021, ont permis d’éviter l’émission de plus de 2 millions de tonnes de CO₂ dans l’atmosphère.





Responsable sur 100 % de nos filières

Au-delà de nos marques propres, nous nous engageons sur les conditions sociales et environnementales de production des produits que nous distribuons. Tous nos fournisseurs sont choisis en fonction d'objectifs et de critères de durabilité. Depuis 2018, nous leur faisons signer une charte « Achats responsables » qui les encourage à progresser dans le respect de 15 engagements portant sur la gouvernance (loyauté des pratiques et éthique commerciale), les pratiques sociales (santé et sécurité au travail, protection des mineurs...), l'environnement et l'ancrage territorial.

En 2023

5

chartes filières créées

7

chartes retravaillées

114

personnes formées aux chartes filières durables



Lutte contre la déforestation

Afin de concilier qualité des produits et préservation des ressources naturelles, nous développons en toute transparence des plans de progrès en partenariat avec des ONG, notamment avec Earthworm Foundation.

Chaque filière a des enjeux sociaux et environnementaux spécifiques qui ont été pris en compte dans le cadre de nos actions, avec une mise en perspective sur les zones géographiques concernées. Grâce à un état des lieux régulier de nos impacts sur la déforestation, nous ciblons en priorité les matières premières à risque :

- **Le soja** : première cause de déforestation importée, le soja est une de nos priorités. Nous avons signé le manifeste pour un soja responsable et contribuons, depuis 2020, à des actions de sensibilisation, de transformation et de suivi coordonnées par Earthworm Foundation, aux côtés de WWF et Duralim. Nous évaluons régulièrement notre empreinte sur cette filière et étudions la possibilité de réduire les portions de soja dans l'alimentation animale et de nous approvisionner en soja français.



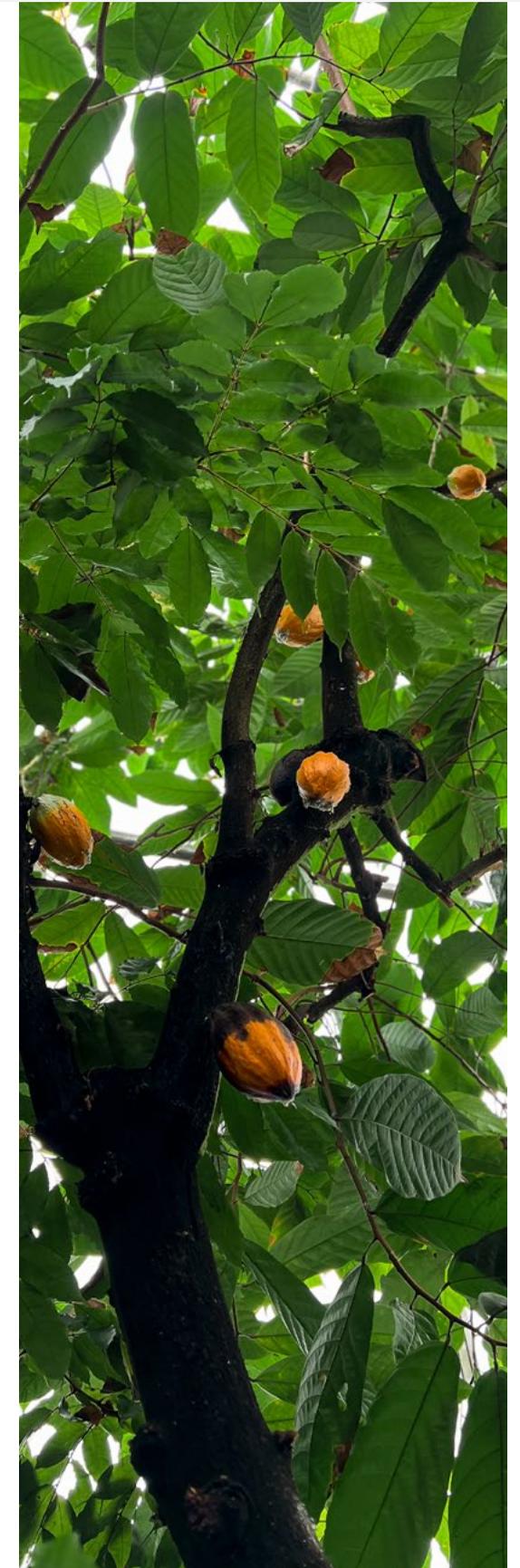
- **Le bois, le charbon de bois et le caoutchouc** : nous avons pris des engagements forts sur cette filière, avec le soutien d'Earthworm Foundation, pour transformer les pratiques de nos principaux fournisseurs. Les équipes de nos trois enseignes de bricolage sont formées à l'utilisation d'outils de gestion des risques liés au bois, développés et mis à jour régulièrement par l'ONG. Chaque année, nous évaluons également nos fournisseurs de charbon de bois en demandant une traçabilité complète.



- **L'huile de palme** : nous sommes devenus, en 2023, membre de la Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) afin de contribuer aux filières d'huile de palme durable.



- **Le cacao** : nous avons participé, en 2023, au premier reporting de l'Initiative Française pour un Cacao Durable (IFCD) en communiquant les volumes de cacao ouverts par des certifications et/ou des programmes de durabilité ; ainsi que la part des volumes traçables. Nous soutenons également le commerce équitable et entretenons un partenariat avec l'ONG Fairtrade Max Havelaar, dans l'objectif de certifier progressivement nos produits à marques propres.





Découvrez notre pôle pêche durable & pôle Mer Scapêche

Notre plan de pêche durable

Afin de sensibiliser sa clientèle à une consommation plus durable des produits de la mer, nous avons lancé, fin 2023, une nouvelle gamme «Sélection engagée», garantissant des poissons pêchés par des navires français et dont les populations ne sont pas menacées.



Indicateurs

Consommation annuelle moyenne en eau des points de vente Mousquetaires en fonction de leur taille (données du 26 juin 2023, issues d'un panel de 182 points de vente Mousquetaires)



Intermarché Hyper
4 049 m³

Intermarché Super
2 004 m³

Intermarché Contact
305 m³

Netto
200 m³



Bricomarché
317 m³

Brico Cash
182 m³

Bricorama
405 m³



Notre plan de résilience de l'eau

Production alimentaire, fonctionnement des meubles froids, nettoyage des surfaces et des locaux à haute maîtrise de sécurité alimentaire... L'eau est nécessaire au bon fonctionnement du Groupement, mais l'optimisation de sa consommation est devenue une priorité.

Un comité de pilotage a été mis en place, en 2023, afin d'identifier des actions pragmatiques et de garantir une gestion durable, concertée et raisonnée des ressources en eau. Nous avons renforcé nos engagements pour maîtriser au plus juste notre consommation d'eau dans nos points de vente, nos unités de production et nos bases logistiques. Nous garantissons la résilience de nos structures, à travers un plan d'action, permettant, à plus ou moins long terme :

- **La réduction de notre consommation d'eau :** installation de mousseurs sur les robinets et de détecteurs automatiques pour éviter le gaspillage, entretien et contrôles récurrents des équipements (chauffe-eau, robinets, tuyauterie...), gestion des fuites d'eau, suivi de la consommation sur la plateforme « Performance RSE », sensibilisation des collaborateurs, etc.
- **Le développement d'une économie circulaire :** récupération des eaux de pluie pour l'arrosage des espaces verts et le fonctionnement des stations de lavage, installation de toits végétalisés permettant une rétention entre 50 et 80% des précipitations annuelles, etc.
- **La gestion de potentielles pénuries** ou crises en raison de coupure locale ou d'arrêt préfectoral.





Vers un numérique responsable et durable

En interne, nous avons lancé, via l'intermédiaire de notre Direction des systèmes d'information, la Stime, la démarche PING qui permet d'accompagner la transition vers un numérique plus responsable.

Nos objectifs :

1 Diminuer de 30% la consommation électrique de nos services virtuels ;

2 Baisser de 5% les émissions de gaz à effet de serre de nos matériels entre 2023 et 2025.

Ce programme a pour objectif de répondre à trois enjeux principaux :

- **Minimiser notre impact** sur l'environnement (solutions et matériels durables, reconditionnables et reconditionnés, maîtrise de la consommation énergétique des solutions mises au service du Groupement, en faveur de l'éco-conception et la sobriété numérique) ;
- **Développer des bonnes pratiques** de gestion des données (limitation des volumes de données, protection et conservation raisonnées) ;
- **Accompagner les collaborateurs** vers le numérique responsable (formation, sensibilisation, accompagnement de la transition professionnelle).

Pour y répondre, nous avons mené différentes actions en 2023, telles que l'organisation d'ateliers de sensibilisation à la conception responsable ou l'organisation du Digital Cleanup Day à destination des services d'appui. Ces initiatives nous ont permis de monter le taux de matériels reconditionnés à 50% en 2023 et d'augmenter la durée minimale des matériels de quatre à cinq ans.



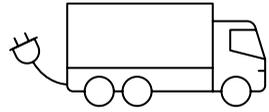
2 questions à
LAURENT HUGOU
Président du conseil
d'administration de la Stime

Comment le numérique s'inscrit-il dans la stratégie de décarbonation du Groupement ?

Aujourd'hui, rien ne se fait sans informatique. Compte tenu du plan Climat du Groupement, nous devons, aujourd'hui et plus que jamais, produire une informatique efficiente. En tant que DSI du Groupement, nous devons agir sur le plus grand nombre de leviers ; à commencer par la place que nous donnons aux critères de numérique responsable dans nos décisions. Nous jouons également un rôle central dans le cadrage et la définition des règles de sobriété, notamment à travers la conception responsable des solutions informatiques, et dans la sensibilisation des collaborateurs.

Comment envisagez-vous ce plan de transformation ?

Nous nous donnons les moyens de poursuivre notre amélioration constante sur le volet environnemental. Nous travaillons à formaliser une politique sociale et sociétale forte et attractive. Et nous avons tous les atouts pour poursuivre les avancées en matière de numérique responsable, sur un périmètre étendu à tout le Groupement et en partenariat avec l'ensemble des entités.



TESTER

Des camions à motorisation électrique ?

D'ici 2040, les constructeurs de poids lourds pourraient être amenés à produire des camions émettant jusqu'à 90 % de moins de gaz à effet de serre qu'aujourd'hui. Dans cette logique, nous avons réalisé un premier test, en avril 2023, avec Volvo sur un camion à motorisation électrique, afin de mesurer sa faisabilité technique, opérationnelle et économique.

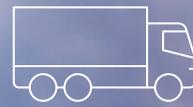
REPÉRER

Des sous-capteurs pour repérer les fuites

En 2023, nous avons réalisé des tests dans plusieurs endroits de nos points de vente, afin de tester la faisabilité de sous-capteurs reliés à une plateforme connectée. Objectif : connaître la consommation exacte en temps réel et recevoir des alertes en cas de fuite.

• PLAN CLIMAT
FAITS MARQUANTS

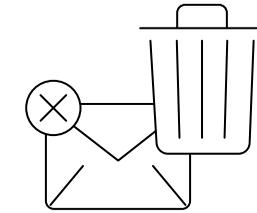
L'année 2023 a marqué une étape cruciale dans la mise en œuvre de notre plan Climat. Les premières actions ont été déployées, posant ainsi les fondations d'un avenir plus durable.



2300
camions



Flotte de
15 navires
de pêche



RÉDUIRE

Digital Cleanup Day 2023 : une opération pour réduire notre impact numérique

Dans le cadre de notre engagement pour un numérique responsable, nous avons participé, en mars 2023, au Digital Cleanup Day. Plus de 10 000 collaborateurs des services d'appui se sont engagés dans le challenge en supprimant plus de 5 millions de mails et en récupérant 110 kg de matériels informatiques. Résultat : 2,56 téraoctets de données libérées, l'équivalent de 130 kg de CO₂, soit 16 ampoules allumées 24h/24 durant un an.



ÉVOLUTION DU TRAVAIL

Proposer une qualité de vie au travail optimale

Au sein du Groupement, nous sommes convaincus que la performance économique repose sur la performance sociale et sommes conscients de l'importance de nos équipes pour assurer la pérennité de nos enseignes. C'est pourquoi, chaque jour, nous agissons pour développer les compétences de nos collaborateurs et l'attractivité de nos métiers.

Avec plus de 300 métiers dans la distribution, l'industrie agroalimentaire et la logistique, nous devons nous adapter aux spécificités et aux potentiels risques de chaque activité. Intervenant dans plusieurs secteurs sous tension et confrontés à des difficultés de recrutement, nous déployons un plan d'action pour attirer et fidéliser les talents. En tant qu'employeur responsable, nous portons toute notre attention à la qualité de vie au travail de nos collaborateurs, à la gestion de leur carrière et au maintien de leur employabilité par le développement des compétences et la création de réelles opportunités d'évolution.



P.52
Préserver la santé et la sécurité de nos collaborateurs

P.55
Développer les compétences et l'employabilité des collaborateurs

P.58
Accompagner et promouvoir l'entrepreneuriat



Préserver la santé et la sécurité de nos collaborateurs

Les collaborateurs, au sein de nos unités de production, de nos bases logistiques et des points de vente, sont exposés à des risques identifiés liés à leurs activités : gestes répétitifs, manutention de charges, postures contraignantes...

L'identification des risques

Pour assurer leur sécurité, prévenir les risques et limiter la pénibilité, le Groupement déploie, depuis des années, des plans d'action de santé, de sécurité et de bien-être au travail. Une démarche d'identification des risques prioritaires a été menée par la Direction des Risques de l'Audit et du Contrôle Interne (DRACI).

S'agissant des risques professionnels en termes de santé et de sécurité, nous avons identifié 6 enjeux prioritaires que sont les risques routiers, la manutention et la pénibilité au travail, les chutes de hauteur, les effondrements et les chutes d'objets, l'environnement de travail, notamment le bruit et la température, les risques liés aux installations techniques et de stockage (incendie et explosion). De nombreuses mesures sont prises pour assurer la santé et la sécurité des collaborateurs : accord de prévention sur la pénibilité grâce au développement d'outils facilitateurs d'activité et de nouvelles technologies, programme de lutte contre les troubles musculosquelettiques, politique de formations, équipements de protection adaptés...

Prévention des troubles musculosquelettiques (TMS) et de la pénibilité au travail

Depuis 2012, les points de vente luttent tout particulièrement contre les TMS, première source d'indemnisation pour maladie professionnelle en France. Pour limiter ceux-ci, nos plans d'action s'articulent autour de plusieurs axes :

- **La formation et le management** des collaborateurs, avec la possibilité d'être accompagnés par des intervenants en prévention, ainsi que le suivi et la surveillance ;
- **Le partage de bonnes pratiques comportementales** (polyvalence, gestion des stocks et des chambres froides, prise des produits, utilisation des scanettes pour les commandes...);
- **La mise en place de matériels adaptés** : linéaires redimensionnés, chariots facilitant la mise en rayon, sièges ergonomiques pour les hôtesse et hôtes de caisse.

Pour anticiper ces risques, nous suivons la démarche de prévention « TMS Pro », mise en place par l'Assurance Maladie. Elle permet aux points de vente de structurer le projet de prévention et de gagner en autonomie sur le sujet. À ce jour, 151 ont entamé la démarche et 51 ont finalisé les quatre étapes.

Pour réduire la pénibilité liée au bruit, à la température ou aux risques de chutes de hauteur, nos bases logistiques mécanisent et automatisent la préparation et se dotent d'outils d'aide au filmage et de nouvelles technologies. Des actions contre les poussières de bois ont également été menées, en 2023, pour lutter contre les risques chimiques.

OBJECTIF ZÉRO ACCIDENT DANS NOS USINES

Depuis 2013, tous les sites d'Agromousquetaires font de la sécurité leur priorité, en déployant le plan Sécurité Plus qui vise le zéro accident :

- **Augmenter la sécurité** des équipements de travail et la sécurisation des interventions ;
- **Privilégier les actions** liées aux accidents et aux risques de troubles musculosquelettiques via la démarche santé ;
- **Être au plus près du terrain** avec la réalisation d'audits couvrant la culture sécurité et la conformité réglementaire ;
- **Amplifier l'effort de communication** et réaliser sur tous les sites des journées de prévention.

Moins de 70 accidents du travail avec arrêt ont été enregistrés en 2023, soit 500 de moins qu'en 2022. Plus de 7 000 visites de sécurité préventives (VSPI) ont été réalisées en 2022 afin de réduire les comportements à risque et près de 600 collaborateurs ont été formés aux thématiques santé et sécurité en 2022.



Nos 3 engagements

D'ici 2030

Développer un plan d'action structuré autour de la prévention des troubles musculosquelettiques, des risques psychosociaux et de la pénibilité au travail

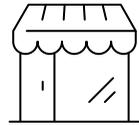
Améliorer les conditions et la qualité de vie au travail de nos collaborateurs

Attirer, fidéliser et engager les collaborateurs et retenir nos talents en développant leurs compétences, en optimisant leur employabilité et en leur proposant des opportunités d'évolution, au sein des différentes filiales du Groupement

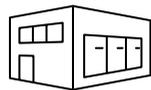


Améliorer la qualité de vie au travail

Nous mettons un point d'honneur à favoriser le bien-être des collaborateurs, leur fidélité et leur engagement et améliorons, sans cesse, leur Qualité de Vie et leurs Conditions de Travail (QVCT).



En point de vente, trois outils sont à disposition de nos adhérents depuis fin 2023 : un auto-diagnostic afin d'évaluer objectivement leurs pratiques de QVCT (en matière de santé et sécurité, d'aménagement des espaces, de RH et de management, etc.), un carnet réunissant des fiches pratiques, des conseils et des indicateurs à suivre, ainsi qu'un baromètre pour mesurer la satisfaction des collaborateurs du point de vente et l'impact des actions mises en place.



Dans chacune de nos bases logistiques, une équipe Qualité Hygiène Sécurité et Environnement (QHSE) est présente et veille notamment à la mise en œuvre effective du Référentiel santé et sécurité au travail ; 300 animateurs QHSE étaient présents au sein du Groupement en 2023.



Développer les compétences et l'employabilité des collaborateurs

Face à l'évolution rapide de notre secteur, le développement des compétences de nos collaborateurs est devenu un enjeu stratégique.

Former les collaborateurs des services d'appui

Afin de proposer des formations transverses et complémentaires de celles existantes dans les services d'appui, nous avons créé, en 2018, l'Académie Les Mousquetaires, organisme certifié. Elle permet de faciliter l'intégration des collaborateurs et de les accompagner durablement, via :

- **Le Graduate Program** : lancé en septembre 2020, ce parcours, considéré comme un « accélérateur de carrière », a pour objectif d'attirer et de développer un vivier interne de jeunes cadres à haut potentiel, diplômés de grandes universités, écoles de management ou écoles d'ingénieur. En 2023, huit diplômés ont été recrutés pour suivre ce parcours de 18 mois répartis en deux missions de 9 mois.
- **La formation « Flex »** accompagne durablement la mise en place du Flex Office au sein du Groupement et apporte des moyens pratiques et opérationnels pour « bien vivre » cette nouvelle organisation du travail en bureaux partagés.
- **La formation « Télétravail »** : près de 40 collaborateurs l'ont suivie en 2023.
- **Le parcours « Séminaire d'Intégration des Cadres » (SIC)** : depuis 2022, tous les collaborateurs au statut cadre suivent ce processus d'intégration de quatre jours, incluant une présentation du Groupement, des ateliers, des prises de parole de dirigeants et d'adhérents, ainsi que la visite d'une base logistique et d'une unité de production en région. Il permet de créer une expérience commune afin d'appréhender notre culture d'entreprise, notre ADN et de favoriser la mobilité interne.



POLITIQUE HANDICAP

Depuis sa création en 1992, l'Action Mousquetaires pour l'inclusion du Handicap (AMIH) fait progresser notre politique handicap. Découvrez les actions menées par l'association en 2023 pour accompagner les points de vente dans le recrutement, la formation et le maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap.



6,01%

de collaborateurs en situation de handicap au niveau des fonctions d'appui (moyenne nationale : 3,5 %)



Découvrez nos actions pour l'inclusion du Handicap

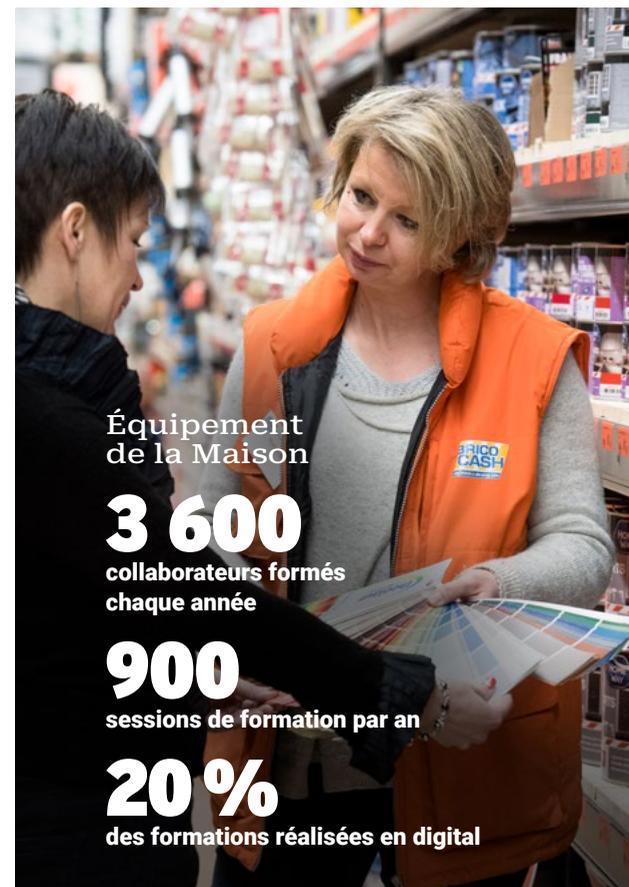


De multiples formations pour les points de vente

Conscientes de l'importance du savoir-faire et du savoir-être, essentiels pour la relation avec le client, nos enseignes accompagnent les points de vente dans la montée en compétences de leurs collaborateurs.

ÉQUIPEMENT DE LA MAISON

Dans le cadre du déploiement du concept NEC (Nouvelle Expérience Client) dans nos points de vente de bricolage, nous renforçons et développons de nouvelles compétences afin de professionnaliser la relation client. Des formations, selon le poste occupé, sont proposées aux collaborateurs via la plateforme Brico-Le@rn (intégration, santé et sécurité au travail, modules techniques sur les univers du jardin, de l'animalerie, du bricolage, de la décoration et des matériaux...). Certains modules spécifiques permettent la certification des compétences. Depuis fin 2023, Bricomarché et Bricorama proposent, par exemple, le parcours certifiant « Conseiller et vendre les méthodes alternatives aux pesticides aux jardins des particuliers », permettant d'orienter les clients vers des choix plus responsables, en cohérence avec l'engagement RSE de nos enseignes.



Équipement de la Maison

3 600

collaborateurs formés chaque année

900

sessions de formation par an

20%

des formations réalisées en digital



Alimentaire

12 571

collaborateurs points de vente formés (+ 461 vs. 2022) soit 14,1% des effectifs

222

modules de formation destinés aux collaborateurs points de vente en présentiel

400

ressources disponibles sur la plateforme e-learning

ALIMENTAIRE

Chaque région est dotée d'un référent expert du développement RH, soutenu par un adhérent, afin d'assurer une application efficace et sur mesure de notre offre d'accompagnement : marque employeur, intégration, développement des compétences, qualité de vie au travail... Les pôles de performance en régions assistent les points de vente Intermarché et Netto, en proposant à leurs collaborateurs un dispositif de formation sur mesure et complet, conçu par l'Académie ITM Alimentaire et disponible via la plateforme e-Perform'. Des parcours qualifiants, couvrant des thématiques telles que le management, le commerce, la gestion ou encore la sécurité, sont proposés aux managers et aux directeurs de magasin.

MOBILITÉ

Dans un contexte de mutation du marché de l'automobile et du déploiement de nouvelles technologies, la montée en compétences des adhérents et des collaborateurs des points de vente Roady et Rapid Pare-Brise est une priorité. Depuis mars 2023, une plateforme e-learning est proposée à l'ensemble des collaborateurs du Métier afin de faciliter l'accès à la formation.

La formation dans la logistique

En lien avec le Plan de Transformation Logistique (PTL), nous développons de nouveaux outils et processus technologiques au sein de nos nouvelles bases. En 2023, les équipes ont assisté à :

- La mécanisation et l'automatisation des bases de Dole (39), de Paris-Melun-Sénart (77) et de Donzère (26) ;
- La robotisation des bases d'Angoulême (16) et de Neulliac (56).

Cette modernisation des installations est une véritable opportunité d'évoluer vers de nouveaux métiers pour les collaborateurs et de développer leur employabilité. Pour y répondre, nous proposons des formations certifiantes dédiées.



L'alternance dans le Groupement

Nous avons signé, en juillet 2019, un accord avec nos partenaires sociaux sur la transition générationnelle, comprenant un item fort sur le recrutement d'alternants. Ils étaient 420 à intégrer l'un de nos 56 sites Agromousquetaires pour l'année scolaire 2022-2023. Du côté d'ITM Équipement de la Maison, un kit digital a été développé, en 2023, afin d'accompagner les tuteurs. Grâce à l'alternance, nous comptons 7,1% de collaborateurs âgés de moins de 25 ans au sein du Groupement, en 2023.

LA SÉCURITÉ INCENDIE POUR TOUS

Depuis mars 2023, les adhérents de toutes nos enseignes disposent du module « Sécurité + » sur la plateforme Lootibox, pour gérer toute la sécurité incendie des points de vente. Cet outil, coconstruit avec les équipes terrain, prend en compte tous les équipements et propose un planning de contrôle et de maintenance des installations.



2 questions à
ÉRIC RICHARD
Adhérent RH Alimentaire

Quel a été le rôle des équipes RH dans la reprise des magasins Casino ?

La bascule a constitué un changement important pour les collaborateurs du Groupe Casino : c'est à la fois le passage d'un système intégré à un groupement d'indépendants, mais aussi un changement d'enseigne et de culture d'entreprise. Pour ces salariés, ce sont de nouveaux produits, de nouveaux outils informatiques, de nouvelles procédures internes, etc. Nous nous sommes engagés à accompagner les collaborateurs du Groupe Casino afin de réussir leur intégration. Sur les 2 000 collaborateurs Casino qui ont rejoint les effectifs en 2023, pas moins de 1 200 ont suivi des formations en amont des ouvertures. Le Métier a mis en place un dispositif d'accompagnement après le changement d'enseigne et qui se poursuivra dans une logique de co-construction.

Comment les collaborateurs des services d'appui ont-ils été intégrés au projet ?

Pour orchestrer cette opération d'envergure, toutes les forces vives du Groupement ont été mobilisées dans un délai très court. Plus de 700 collaborateurs issus de l'ensemble des entités se sont portés volontaires – des sièges mais aussi de la logistique et d'Agromousquetaires – pour aider à la transformation des points de vente. Je tiens à saluer l'ensemble des équipes qui se sont mobilisées et ont contribué grandement au succès commercial et à la performance collective de ces nouveaux points de vente.



Accompagner et promouvoir l'entrepreneuriat

L'audace et l'envie d'entreprendre est une valeur essentielle, à laquelle nous sommes très attachés.

Recruter et accompagner les chefs d'entreprise Mousquetaires

De par notre organisation unique, nous pouvons proposer à nos collaborateurs en quête d'un nouveau challenge une évolution parmi les fonctions d'appui, mais aussi, en devenant chef d'entreprise. Notre volonté : faire de l'entrepreneuriat un axe fort de notre plan de mobilité interne. Afin de les encourager, nous déployons un important dispositif de communication, d'accompagnement et de tutorat. Les formations sont adaptées aux candidats et aux typologies des points de vente.

En externe, nous continuons de recruter des futurs chefs d'entreprise notamment via Franchise Expo Paris. En 2023, 24% des postulants sont issus de l'externe et 9% de la concurrence.

En 2023, l'Union des Mousquetaires, entité en charge du recrutement, de la formation et du suivi des adhérents, a recruté :

143
Mousquetaires, dont
95
pour la France
7%
des futurs chefs d'entreprise
sont issus des services d'appui et
17%
des points de vente

Indicateurs

Pourcentage de salariés en fonction de l'âge (services d'appui, en 2023)

Moins de 25 ans	Entre 25 et 44 ans	Entre 45 et 55 ans	Plus de 55 ans
5,92 %	55,21 %	27,61 %	11,27 %
7,1 %	44,6 %	28,7 %	19,6 %
7,9 %	50,5 %	34,4 %	7,2 %

Pourcentage de femmes dans l'effectif des cadres (filiales amont, en 2023)

Belgique	France	Portugal
25,58 %	43 %	46 %

696 alternants et stagiaires encadrés au cours de l'année



La Fondation Le Roch-Les Mousquetaires : 25 ans d'engagement

Soutenir l'esprit d'entreprendre constitue le socle des initiatives portées par la Fondation Le Roch-Les Mousquetaires depuis sa création en 1998. Elle accompagne les porteurs de projets, les start-up et les auto-entrepreneurs dans le développement de leurs activités, à travers des dispositifs concrets :

- **Les concours « Coup de Pouce » et « Prix Audace »** : chaque année la Fondation challenge une centaine d'entrepreneurs et leur consacre une dotation de 250 000 euros.
- **Le Club des entrepreneurs**, dispositif d'accompagnement sur mesure pour accélérer la croissance. En 2023, sept entrepreneurs ont rejoint la 5^e promotion du Club alternant les périodes de coaching individualisé et les sessions de formation sur une période de six mois.

Par ailleurs, la Fondation est résolument engagée aux côtés des bénévoles de la Société Nationale des Sauveteurs en Mer (SNSM). Chaque année, elle consacre près de 200 000 euros à la modernisation de leurs équipements de protection et de secours.

Enfin, elle soutient les équipes de recherche pour la sécurité alimentaire de l'Institut Pasteur depuis vingt ans. En 2023, elle a rédigé et édité un guide pratique « Moins de bactéries dans nos assiettes » avec les chercheurs, en collaboration avec Agromousquetaires et Intermarché. Distribué gratuitement en point de vente, ce guide pédagogique fait le point sur les gestes de santé publique et rappelle de façon ludique les principes simples à adopter en cuisine. Pour sensibiliser le plus grand nombre de consommateurs, la Fondation l'a digitalisé pour en faire la première plateforme numérique de l'hygiène alimentaire.



• ÉVOLUTION DU TRAVAIL
FAITS MARQUANTS

Afin de répondre aux attentes de nos collaborateurs et d'optimiser leur bien-être au travail, plusieurs mesures concrètes ont été déployées cette année.



ACCOMPAGNER

• **Lancement du Campus des Mousquetaires, la plateforme digitale dédiée à la formation continue des adhérents**

En avril 2023, l'Union des Mousquetaires (UDM) lance le Campus des Mousquetaires, qui permet aux adhérents de se former, à leur rythme, à distance ou en présentiel, sur des sujets divers et variés : ressources humaines, leadership, juridique, social... Cette plateforme offre un catalogue de plus de 200 e-learning et apporte plus d'autonomie et de flexibilité aux adhérents.



PROTÉGER

Des exosquelettes pour améliorer le bien-être au travail

Pour répondre aux enjeux de santé et de sécurité au travail de nos collaborateurs, au sein des points de vente et des bases logistiques, des expérimentations ont été menées, en 2023, pour la mise en place de matériels adaptés : les exosquelettes. Dédiés à l'assistance physique, ces structures de soutien soulagent le système musculosquelettique et aident au maintien des postures, lors d'activités spécifiques.



FORMER

• **Les Mousquetaires inaugurent le CFA de Vitré**

Depuis la rentrée 2023, l'École des Métiers de l'Alimentation (EMA) d'Agromousquetaires à Vitré (35) est devenue un Centre de Formation d'Apprentis d'Entreprise (CFA). Ce dernier forme, chaque année, plus de 90 apprentis aux métiers de l'alimentaire, dans les secteurs de l'industrie et de la distribution. Parmi eux, une soixantaine sont ensuite recrutés dans une unité de production ou un point de vente Intermarché ou Netto (bouchers, fileteurs).



DES COMMERÇANTS RESPONSABLES

Engager les points de vente

La démarche de développement durable engagée à l'échelle du Groupement passe avant tout par le terrain. À travers des initiatives locales à court ou moyen terme, les adhérents s'impliquent dans une dynamique significative, qu'ils peuvent valoriser auprès de leurs clients et de leurs partenaires locaux grâce au label « Commerçant Responsable ».



Nous avons adhéré, en 2011, au Collectif Génération Responsable, association qui fédère près de 75 enseignes représentant plus de 35000 commerces et services sur le territoire national. Avec ce collectif, et grâce à des points de vente pilotes volontaires, nous avons contribué à définir le référentiel qui fonde le label « Commerçant Responsable ». Nous avons ainsi validé les engagements, indicateurs, parcours de progrès et méthodes d'évaluation associés. Aujourd'hui, nous souhaitons que cette démarche de labellisation et de valorisation soit déployée à l'ensemble des points de vente du Groupement, et voulons montrer que compétitivité peut rimer avec écoresponsabilité, qualité de vie au travail et intégration dans le territoire.



Le label Commerçant Responsable

S'appuyant sur la norme ISO 26 000, ce label certifie la prise en compte de la RSE dans le point de vente et permet de valoriser son engagement auprès de ses clients et de ses partenaires locaux.

Ce label est décerné par le Collectif Génération Responsable à la suite d'un audit sur 38 critères, et couvre 3 piliers :

La qualité d'accueil : le point de vente noue des relations de confiance avec ses collaborateurs (formation, encadrement, conditions de travail) et ses clients (satisfaction et promotion d'une consommation responsable) ;

L'écoresponsabilité : le point de vente lutte contre le gaspillage, limite ses déchets, préserve l'énergie, l'eau et la biodiversité ;

L'intégration dans le territoire : le point de vente développe une offre locale en lien avec les agriculteurs et les PME, promeut une consommation française, soutient les associations sportives et culturelles, contribue au développement économique local et au dynamisme de son territoire.

Après l'audit « à blanc » fait en interne, un tiers indépendant réalise l'audit officiel permettant la labellisation. Chaque critère est noté de 1 à 4 et le label est obtenu avec une note moyenne de 2,5, pour une durée de trois ans. Tous les dix-huit mois, un audit de contrôle mesure leurs progrès.

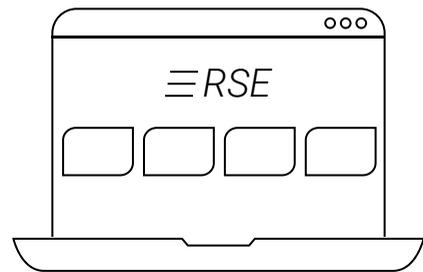
Fin 2023, 182 points de vente sont labellisés ; 450 sont entrés dans la démarche.



Notre objectif : tous nos points de vente engagés dans la démarche Commerçant Responsable d'ici 2025.

Pour atteindre cet objectif, notre stratégie est déclinée autour de 3 enjeux principaux :

- 1 Agir dans chaque point de vente**, en impliquant nos chefs d'entreprise et nos collaborateurs
- 2 Apporter des preuves de nos engagements** en faveur du développement durable à travers des actions communes et locales
- 3 Progresser collectivement** en partageant les enjeux et les pratiques les plus efficaces et mesurer nos progrès pour avancer durablement.



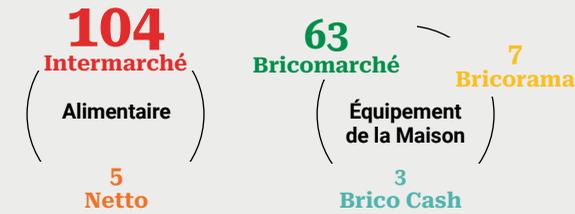
UNE PLATEFORME RSE

Afin que les points de vente puissent piloter leur démarche de développement durable et suivre leurs progrès et leurs performances, le Groupement a lancé, en 2021, une plateforme RSE.

Elle s'articule autour de quatre thématiques : l'environnement, les ressources humaines, la relation client et l'ancrage territorial. Grâce à ce tableau de bord, les points de vente peuvent se comparer à la même période n-1, ou à des pairs, sur des items tels que l'énergie, les déchets, la santé et la sécurité au travail, la satisfaction client, la démarche anti-gaspillage, etc. (à terme 50 indicateurs). Autrement dit, ils peuvent mesurer leurs actions individuelles tout en ayant une vue sur leur portée collective, définir des axes d'amélioration et des plans d'action pour mieux piloter leur démarche RSE et réduire leur empreinte environnementale.



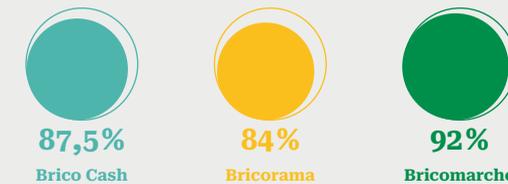
Indicateurs



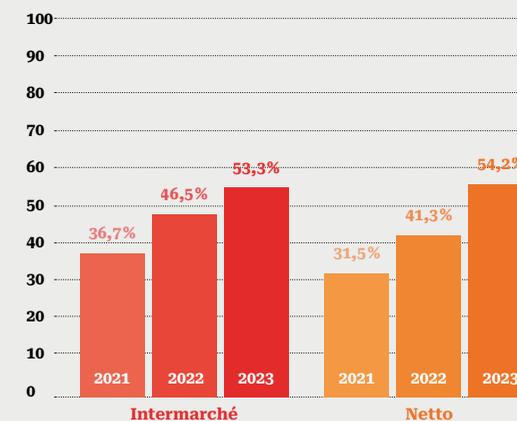
Nombre de points de vente labellisés par enseigne (fin 2023)



Pourcentage de points de vente engagés dans la démarche (fin 2023)



Pourcentage de points de vente non alimentaires ayant un niveau de qualité supérieur à 90/100 (du 01/01/2023 au 31/12/2023)



Pourcentage de points de vente alimentaires ayant une inspection Food Store Quality Standard (FSQS) supérieure à la moyenne de la distribution



2 questions à

STÉPHANE DAGUE
Adhérent de l'Intermarché de Quingey (25), labellisé depuis 2022

Que représente le label Commerçant Responsable pour vous ?

Adhérent depuis 2006, j'ai toujours voulu être un acteur économique responsable au service de mon territoire. La stratégie à mettre en place était évidente : la proximité au sens large, avec nos collaborateurs, nos clients, nos partenaires et fournisseurs locaux, sans oublier les élus et les autres chefs d'entreprise de la commune. Au fil des années, j'ai noué des relations fortes avec toutes ces parties prenantes, me permettant de proposer une lecture différente de mon métier de distributeur : celle d'un chef d'entreprise indépendant, engagé dans son territoire, au service d'une économie circulaire profitable à celui-ci. Voilà en quoi le label Commerçant Responsable est précieux : il est l'aboutissement et une preuve sans équivoque de cet engagement quotidien.

Que vous apporte cette labellisation ?

Le label est un gage de confiance concernant la qualité de vie et les conditions de travail de nos équipes, la qualité de la relation client, notre implication dans le territoire auprès des élus et des fournisseurs locaux, etc. Tous les projets mis en place dans le point de vente sont pensés dans une logique d'amélioration continue. Par exemple, actuellement, nous changeons les lignes de caisses pour plus de confort et d'ergonomie, visant l'amélioration des conditions de travail de nos hôtesse. Pour plus de proximité avec les clients, nous avons développé notre présence sur les réseaux sociaux, sur lesquels nous partageons régulièrement le quotidien du point de vente, nos partenaires et nos initiatives locales. Et puis, même si ce n'était pas un objectif, les résultats témoignent d'une augmentation de notre chiffre d'affaires depuis la labellisation, grâce à la fidélisation de nos clients, au recrutement de nouveaux et à l'augmentation du panier moyen. Ces derniers sont fiers d'être associés à notre démarche RSE et encouragent nos initiatives locales.



Les Mousquetaires

Direction de la Communication et des Affaires institutionnelles
Parc de Tréville, 3 allée des Mousquetaires, 91 078 Bondoufle Cedex
www.mousquetaires.com

Conception graphique et réalisation : Noise
Rédaction : Marie JONCHIER

Crédits photos : Vincent RAMET, Grégory TACHET, Didier Depoorter, GettyImages © JARAMA, Vincent COLIN, GettyImages © Sensay, GettyImages © ALEKSEI BEZRUKOV, GettyImages © LeeYiuTung, Simon BOURCIER, GettyImages © Hans Verburg, Aurélien MAHOT, Matthieu Joubert, GettyImages © sihuo860371, Alain Goulard, Cyril Fussien, Tatjana Meininger, GettyImages © mpephotos, Sébastien BORDA, François GARDY, Denis DALMASSO

Ne pas jeter sur la voie publique. Photos non contractuelles. Sous réserve d'erreurs typographiques.
ITM Entreprises - RCS Paris 72 B 64 10.

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

Imprimé en UE par Vision Prod' - RCS Nanterre B 402 135 537



 **GROUPEMENT
Mousquetaires**

Intermarché

Netto

BRICOMARCHÉ
MARCHÉ - JARDIN

**BRICO
CASH**
CASH BRICOLAGE & DÉPÔT

bricorama

Roady
CENTRE AUTO

**Rapid
Pare-Brise**

immo
Mousquetaires

agro
Mousquetaires