

20
25

Rapport développement durable

p. 5 Édito

p. 6 Qui sommes-nous?

- p. 8 Un puissant réseau de points de vente
p. 10 Notre stratégie de développement durable

p. 12 Un producteur et un distributeur responsable

- p. 14 Partenaire d'une économie responsable
p. 18 Vers un commerce éthique et accessible à tous
p. 24 La promotion d'une agriculture responsable

p. 30 Un acteur impliqué dans la transition écologique

- p. 32 Décarboner nos activités
p. 38 Développer des filières responsables
p. 42 S'engager dans la transition énergétique

p. 48 Un employeur engagé

- p. 50 Préserver la santé et la sécurité de nos collaborateurs
p. 54 Développer les compétences et l'employabilité des collaborateurs
p. 58 Accompagner et promouvoir l'entrepreneuriat



Édito



L'urgence climatique, c'est maintenant! Les conséquences sont déjà là, visibles et immédiates. Plus que jamais, notre responsabilité est d'agir positivement et collectivement sur les rouages de l'économie. Décarbonation de nos activités, économie circulaire, préservation des ressources, accessibilité de nos entreprises, sécurité... ces enjeux sont l'affaire de tous au sein du Groupement, et insufflés à tous les niveaux, dans toutes nos activités. Notre force? Notre modèle unique de «Producteurs et Commerçants», qui nous donne les moyens de maîtriser chaque maillon de la chaîne de valeur, de la production à la transformation, jusqu'à la distribution. Chaque jour, partout en France, à moins de 10 km de chez vous, nos chefs d'entreprise, œuvrent avec et pour nos clients, nos fournisseurs, et nos partenaires, pour développer une économie qui préserve autant les ressources que celles et ceux qui les font fructifier. Ensemble, proches de vous, nous sommes unis par une même vision du commerce et de la croissance : profitable aux femmes, aux hommes et aux territoires, durable et responsable.

THIERRY COTILLARD

Président du Groupement Mousquetaires



Qui sommes-nous ?

Notre modèle économique :

LE COMMERCE ASSOCIÉ

Forts de plus de cinquante ans d'expérience, nous nous appuyons sur le commerce associé pour fédérer des entrepreneurs indépendants.

Nos adhérents sont propriétaires de leurs points de vente et responsables de leur gestion, tout en bénéficiant de la puissance et des ressources d'un collectif. Une à deux fois par semaine, ces chefs d'entreprise participent bénévolement à la codirection de l'une des structures communes du Groupement : marketing, logistique, achats, communication, système d'information...

P.8
Un puissant réseau de points de vente

P.10
Notre stratégie de développement durable



UN PUISSANT RÉSEAU DE POINTS DE VENTE

3 MÉTIERS ET 7 ENSEIGNES

ALIMENTAIRE
(+ de 3 100 points de vente)

Intermarché **Netto**

ÉQUIPEMENT DE LA MAISON

BRICOMARCHÉ **bricorama** **BRICO-CASH**

MOBILITÉ

(+ de 300 points de vente)

Roady
CENTRE AUTO **Rapid**
Pare-Brise

Nos 4 350 points de vente en Europe, dont plus de 3 400 sur le territoire français, nous assurent un ancrage local et un maillage unique, notamment dans les zones rurales et les villes moyennes. À l'international, nous sommes présents en Belgique, en Pologne et au Portugal.



Découvrez
notre vidéo
institutionnelle



En chiffres



+ de 3 150
chefs d'entreprise
indépendants



160 000
collaborateurs



+ de 4 350
points de vente en Europe
dont
+ de 3 400
en France



45
bases logistiques
en Europe dont
36
en France



15
navires de pêche



+ de 50
unités de production

Un capital partagé

L'intégralité du capital de notre Groupement est détenue par plus de 1700 adhérents associés de la Société Les Mousquetaires. Cette structure nous permet de ne pas être soumis aux aléas des marchés financiers.

Un outil de production en propre

Depuis nos débuts, nous maîtrisons toute la chaîne de valeur, de la production à la distribution, grâce à notre pôle de production Agromousquetaires. Acteur majeur de l'agroalimentaire grâce à plus de 50 unités de production, nous sommes le premier fabricant de marques propres en France. Nous sommes plus que jamais engagés pour renforcer notre modèle unique de « Producteurs et Commerçants », et soutenons pleinement l'accroissement de la demande en produits de marques propres distribuées dans nos enseignes.

Une logistique indépendante et maîtrisée

Nos 45 bases logistiques (alimentaires et non alimentaires) en Europe, dont 36 en France, nous permettent de maîtriser l'ensemble de notre chaîne logistique. Notre flotte de 2 300 camions et le stockage dans nos propres bases logistiques réparties sur l'ensemble du territoire garantissent fraîcheur, qualité et disponibilité des produits.

Une foncière intégrée

IMMO Mousquetaires, la foncière des Mousquetaires, regroupe les expertises clés des métiers de l'immobilier, afin de sécuriser les emplacements stratégiques, d'optimiser les coûts immobiliers, et de garantir la conformité des infrastructures selon les normes en vigueur. Une gestion centralisée des actifs qui contribue directement à la croissance et à la compétitivité de nos enseignes. En 2024, plus de 620 000 m² de surface de vente ont été créés ou rachetés dans le cadre de la reprise des points de vente Casino.



Nos implantations en Europe



France
3 435
points de vente



Belgique
159
points de vente



Pologne
398
points de vente



Portugal
367
points de vente



NOTRE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Nous sommes intimement convaincus que la RSE sert au développement durable de l'entreprise, que notre stratégie RSE doit être liée au commerce, venir en appui de notre raison d'être et de nos valeurs, être impactante pour nos clients et transverse à la majorité des métiers. Face à l'urgence climatique et aux nouvelles attentes sociétales, nous avons engagé une réflexion collective et une démarche de développement durable depuis plus de dix ans.

NOS 7 COMBATS RSE SOUTENUS PAR

1 Économie circulaire
Réduction, collecte, valorisation et réemploi des déchets

2 Transition alimentaire
Agriculture française pérenne et alimentation saine

3 Transition énergétique
Réduction, production et achats d'énergie

4 Climat
Décarbonation, eau et biodiversité

5 Évolution du travail
Qualité de vie au travail, attractivité et fidélisation

6 Commerçants responsables
Valorisation des engagements RSE de nos points de vente

7 Numérique responsable
Pour une informatique nouvelle génération



... LES 3 PILIERS DE NOTRE DÉMARCHE

Construire une relation forte avec nos clients,
grâce à des produits à nos marques sains et de qualité, dans des points de vente accessibles et durables.

Porter une attention constante aux collaborateurs
en leur proposant un plan Santé, Sécurité et Bien-Être complet, un environnement de travail sain et des opportunités d'évolution.

Être un acteur de proximité responsable,
grâce à des chefs d'entreprise ancrés et engagés dans le développement socio-économique de leur territoire, et soucieux de réduire leur empreinte carbone.

ENTRETIEN
avec



GRÉGOIRE BOURDAUD
Président de la Direction Qualité RSE

“ La RSE est le ciment de la dynamique humaine, pour nos clients, nos collaborateurs et nos futurs talents. ”

Comment décririez-vous l'approche RSE des Mousquetaires ?

Notre stratégie RSE est le fruit d'une démarche d'amélioration continue, partagée et connue de toutes nos parties prenantes. Les actions mises en place, depuis des années, nous permettent de répondre aux exigences réglementaires. L'ambition est désormais d'aller au-delà. L'engagement collectif, à tous les niveaux du Groupement, dans nos fonctions d'appui comme dans les points de vente, constitue un levier essentiel de performance économique, financière et humaine. Car nous sommes intimement convaincus que la RSE est le ciment de la dynamique humaine, en renforçant la préférence à l'enseigne de nos clients, et la marque employeur pour nos collaborateurs et nos futurs talents, à la recherche d'une entreprise porteuse de valeurs. Évidemment, nous faisons évoluer notre stratégie RSE en restant fidèles à nos fondamentaux : garantir l'accessibilité, la qualité et la sécurité de nos produits.

Comment avez-vous renforcé votre stratégie RSE cette année ?

D'abord, grâce à notre Commission RSE Stratégie & Éthique, nous avons précisé notre feuille de route commune à l'ensemble des Métiers, des entités Mousquetaires et des Pays, à horizon 5-10 ans, en priorisant les axes de progrès les plus porteurs de valeur, et en fixant des ambitions réalistes et mesurables. Ce travail de fond nous aidera, en 2026, à structurer notre rapport de durabilité à l'échelle du Groupement, en lien avec la nouvelle directive européenne CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). Nous y intégrerons nos engagements carbone à horizon 2035. Notre stratégie de décarbonation est un enjeu prioritaire et stratégique, et s'inscrit dans une démarche plus globale sur le climat, intégrant la gestion de l'eau et le respect de la biodiversité.

Quels sont vos trois objectifs prioritaires pour l'année à venir ?

D'abord, nous souhaitons étendre ce mouvement interne de pédagogie pour infuser la culture RSE dans l'ensemble du Groupement, en embarquant un maximum de chefs d'entreprise indépendants. Une belle dynamique est déjà en marche, puisque 400 points de vente sont d'ores et déjà engagés dans des plans d'action. Nous devons la renforcer pour aller encore plus loin ensemble.

Ensuite, et puisque nous avons une consommation d'eau non négligeable - 10 millions de m³ en 2024 - en lien avec nos nombreuses activités, en points de vente, dans nos unités de production et nos bases logistiques, nous allons poursuivre notre politique d'économie, de circularité et de gestion des pénuries d'eau, pour maîtriser au plus juste notre consommation.

Pour finir, et car notre volonté est de placer la dynamique humaine au cœur de nos priorités, nous avons pour objectif de déployer notre démarche de qualité de vie au travail, pour toutes nos entités et toutes nos enseignes, en portant une attention toute particulière à l'inclusion et à l'accessibilité des personnes en situation de handicap.



Un producteur & un distributeur RESPONSABLE

Notre modèle unique de « Producteurs & Commerçants » nous confère la capacité de nous adapter en permanence aux attentes de nos clients, comme aux nouveaux enjeux sociaux.

Acteur de chaque maillon de la chaîne, nous agissons, au quotidien, pour mieux produire, en soutenant une production française et responsable, et en aidant les consommateurs à mieux manger chaque jour.

P.14
Partenaire
d'une économie
responsable

P.18
Vers un commerce
éthique et
accessible à tous

P.24
La promotion
d'une agriculture
responsable



PARTENAIRE D'UNE ÉCONOMIE RESPONSABLE

Depuis plus de vingt-cinq ans, nous avons fait de la lutte contre les déchets l'un de nos combats. Précurseurs avec la création de la Société industrielle de logistique et de valorisation des emballages (Silve) en 1995, nous avons progressivement bâti un écosystème circulaire unique en France, intégrant l'ensemble de notre chaîne de valeur, et mettons tout en œuvre pour réduire, recycler et réutiliser nos emballages.



Réduire les emballages en amont

Nous réinventons sans cesse notre modèle, afin de préserver l'environnement et les ressources naturelles. 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.**
- **Mesurer nos progrès sur la base d'un reporting annuel.**

Réduire l'usage des plastiques

Nous sommes conscients que nos emballages en plastique peuvent constituer une menace pour l'environnement s'ils sont mal gérés ou non intégrés dans un processus de recyclage. C'est pourquoi, depuis plusieurs années, notre priorité est de minimiser autant que possible le plastique à usage unique, et de favoriser les emballages réutilisables et recyclables, tout en garantissant la qualité et la sécurité sanitaire de nos produits.

Favoriser l'écoconception

Nous avons lancé, en 2019, le #DéfiEmballage, afin de repenser les conditionnements de nos produits à marques propres, en limitant les quantités de matière, et en améliorant la recyclabilité. Quelque 870 références ont été améliorées en 2024 : 300 concernent la mise en place d'un bouchon solidaire, 320 l'intégration de plastique recyclé et 145 la réduction d'emballages. Par exemple, au rayon DPH, plus de 500 tonnes de plastiques vierges ont été économisées, en intégrant 100% de plastique recyclé sur la gamme des liquides vaisselle, 60% sur certains produits de la gamme papier toilette, et 30% sur certains produits de la gamme essuie-tout. Les projets de réduction des emballages ont permis d'économiser, en 2024, 130 tonnes de plastique et 177 tonnes de carton (cf. projet SLIM en détail). Au total, nous prévoyons l'optimisation de 1500 références sur l'ensemble des rayons entre 2019 et début 2026.



PROJET SLIM : L'EXEMPLE DES EMBALLAGES DE LARDONS MONIQUE RANOU

En juin 2023, cinq marques, dont Herta, sont montrées du doigt pour leurs emballages « plein de vide » par Foodwatch et Zero Waste. En réponse à ces ONG, notre unité de production Les Salaisons Celtiques a réalisé différentes optimisations techniques pour réduire le contenant de ses lardons. Résultat : 9,5 millions de barquettes, dont le poids a été réduit de 19 %, sont concernés par ce projet. Cela a permis d'ores et déjà d'économiser 26,3 tonnes de plastique, 90 tonnes de carton et plus de 220 tonnes d'équivalent CO₂.



Réduire les déchets en aval

Depuis toujours, nous œuvrons pour proposer à nos clients des solutions de collecte de leurs déchets, en points de vente. À ce jour, une boucle 100% circulaire est opérationnelle sur le carton et le plastique, entre 90% de nos points de vente, unités de production et bases logistiques.

En 2024



156 235

tonnes de carton
(+15,7 % vs. 2023)



6 832

tonnes de films plastique
(+2,66 % vs. 2023)



134

tonnes de polystyrène
(+20,72 % vs. 2023)



131

tonnes de P.E.T. récupérées grâce au recyclage
des bouteilles (+236,89 % vs. 2023)



3 500

tonnes de pneus



18

millions de capsules de café,
permettant la fabrication de 1 700 vélos



INCITATION AU RECYCLAGE DU PLASTIQUE

En points de vente, les clients sont incités à rapporter leurs bouteilles en plastique vides dans les récupérateurs dédiés, en échange d'un bon d'achat ou d'un don pour une association. La matière est récupérée en *reverse logistics* : une entreprise de recyclage procède au tri, au lavage, au broyage et à la production de granulés r.P.E.T., à partir desquels de nouveaux emballages, dont les préformes de bouteilles, sont fabriqués par un partenaire. Dans nos unités de production Agromousquetaires, l'eau est embouteillée dans des emballages en P.E.T. recyclable.

COLLECTE ET GESTION DES DÉCHETS

Au sein de notre réseau de distribution, nous avons mis en place une logistique inversée, afin que les camions ne circulent jamais à vide. Ils récupèrent les emballages carton, les caisses en polystyrène et les films plastique triés, et les livrent sur les bases logistiques. Ces déchets sont ensuite valorisés auprès de papeteries françaises ou européennes, de régénérateurs de plastique, en agrégat pour le secteur du BTP ou encore en énergie.

VALORISATION DES COPRODUITS

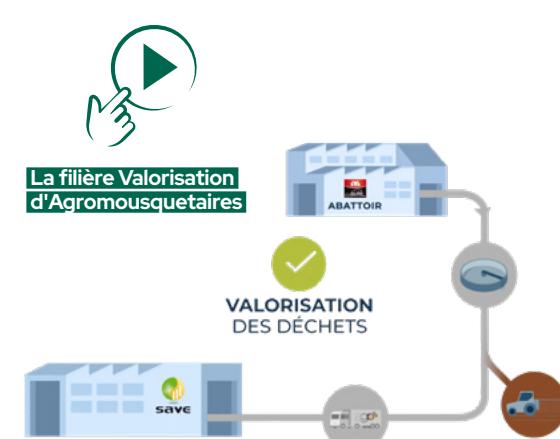
Chaque année, notre industrie agroalimentaire génère d'importantes quantités de coproduits issus de l'abattage et des déchets organiques. C'est pourquoi notre unité de production Cornillé se charge du traitement des coproduits d'origine bovine, tandis que la Société armoricaine de Valorisation énergétique (SAVE) est spécialisée dans le traitement et la valorisation énergétique des déchets organiques.



DÉVELOPPEMENT DU VRAC ET DU RÉEMPLOI

Pour atteindre l'objectif de 100% d'emballages réutilisables ou recyclables sur l'ensemble de nos sites d'ici 2030, conformément à la réglementation, nous avons mis en place différentes actions concrètes en point de vente :

- **La mise à disposition de filets (coton et r.P.E.T.) réutilisables au rayon fruits et légumes.**
- **Le développement de la consigne pour réemploi :** la solution NoWW (No Waste in my World) est référencée à l'échelle du Groupement, afin d'équiper les points de vente d'un collecteur de contenants en verre ou en plastique. En parallèle, la démarche ReUse, initiée par Citeo, est actuellement testée dans 33 points de vente en Bretagne, Normandie, Pays de la Loire et Hauts-de-France, permettant aux clients de rapporter leurs emballages vides d'une vingtaine de références (jus, bières, confitures, etc.) et de récupérer leur consigne. L'objectif pour 2026 : augmenter le nombre de points de vente et de références dans les prochains mois.
- **Le développement des rayons « vrac » épicerie bio :** 75% de nos points de vente Intermarché proposent des rayons vrac, majoritairement bio et à marques de distributeur.



VERS UN COMMERCE ÉTHIQUE ET ACCESSIBLE À TOUS

Très tôt après la création du Groupement, nous avons fait le pari d'assurer notre indépendance d'approvisionnement en développant nos propres usines. Aujourd'hui, plus de 50 unités de production composent Agromousquetaires et offrent aux consommateurs la possibilité de trouver au meilleur prix des produits sûrs, sains et de qualité, fabriqués exclusivement en France.

Proposer des produits à marques propres sains et de qualité

Les 10000 collaborateurs d'Agromousquetaires veillent, au quotidien, à la sécurité alimentaire des consommateurs, mais également à l'équilibre nutritionnel de chacune de nos recettes. Dans cette logique, nous poursuivons le déploiement de notre stratégie de recentrage de nos activités vers des produits bruts ou peu transformés. En parallèle, nos équipes R&D continuent d'innover pour proposer des recettes plus saines et équilibrées (moins de sel, moins de gras, suppression d'additifs, listes d'ingrédients plus courtes, etc.). En 2024, huit références ont ainsi été reconnues Saveurs de l'année. Le fromage à tartiner végétal Pâturages a, quant à lui, été élu Produit de l'année.

Notre engagement

100 % de produits à marques propres sains, sûrs et de qualité, vendus dans des points de vente responsables



agro
Mousquetaires

1^{er}

fabriquant de marques
de distributeur en France

50 %

du volume des produits à marques propres vendus chez Intermarché sont fabriqués dans nos unités de production Agromousquetaires

Désireux de devenir l'acteur référent en matière de pratiques de production et de modes d'alimentation responsables, nous nous sommes engagés dans un plan ambitieux, à travers plusieurs mesures :

- **Le développement de gammes de produits biologiques** : depuis plusieurs années, Intermarché s'attache à faire progresser la part des produits biologiques dans ses assortiments. La part de marché d'Intermarché sur ces produits a connu une forte progression depuis fin 2018, avec un passage de 13 % à 16,3 % en 2024.

- **Le recours à des référentiels pour une démarche d'amélioration de progrès** : le label « zéro résidu de pesticides » (ZRP) vise à réduire ou à supprimer l'utilisation de certaines molécules classées à risque. Depuis le début de l'année 2024, deux nouvelles références labellisées ont été ajoutées : les haricots verts extra-fins coupés 720 mL et les petits pois extra-fins 720 mL, fabriqués dans notre unité de production Kerlys. Au total, 13 références MDD « zéro résidu de pesticides » étaient disponibles chez Intermarché, fin 2024.



Promouvoir l'Origine France

Premier signataire de la charte Nutri-Score et créateur du Franco-Score en 2019, nous sommes engagés, depuis toujours, pour promouvoir l'Origine France. Nous avons participé activement à la mise en œuvre du référentiel Origin'Info, lancé par le gouvernement en 2024. Les premiers produits sont arrivés en rayon en janvier 2025. À date, nos points de vente Netto et Intermarché proposent, hors rayons frais, 57% de produits de marques de distributeurs d'origine France.

Nous souhaitons poursuivre nos efforts, en incitant les consommateurs à acheter des produits fabriqués en France, et en les aidant à mieux les identifier. C'est pourquoi nous avons annoncé le lancement, fin 2024, du label « **Intermarché Terroirs** ». Cette appellation regroupe l'ensemble des produits frais traditionnels d'origine française (viande, produits laitiers, fruits et légumes) vendus dans nos points de vente Intermarché. Développée en 2024, elle a été déployée début 2025, avec une première sélection de produits de bœuf et de porc. Cette offre sera progressivement étendue pour atteindre, à terme, 585 références, soit plus de 60% des produits frais traditionnels à marque de distributeur Intermarché.

Nous mettons l'accent sur la consommation de fruits et légumes de saison et d'origine française. Nous avons donc annoncé **la fin des fraises et des cerises** en décembre et en janvier dans nos points de vente alimentaires. Nous avons également été récompensés par l'Association Nationale Pommes Poires (ANPP), pour nos pommes 100% françaises et Vergers Responsables.

INDICATEURS

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)



Bœuf
rayon traditionnel
99 %



Veau
rayon traditionnel
99 %



Agneau
rayon traditionnel
81 %



Porc
rayon traditionnel
99 %



Lait de
consommation
100 %



Fruits et légumes frais
(hors fruits exotiques
et agrumes)
75 %



Volaille (entière
et brute) MDD
100 %



Œuf
100 %



Lutter contre le gaspillage

Nous engageons des actions concrètes pour lutter contre le gaspillage et contribuer au « Mieux manger » de tous, et notamment des plus démunis, à travers différentes initiatives.

ALIMENTAIRE

• **Un plan Anti-Gaspi** a été mis en place, fin 2019, pour réduire les déchets d'invendus dans nos points de vente Intermarché et Netto : installation de corners anti-gaspi avec des remises de -30% à -50% sur les produits à date courte, vente de paniers de fruits et légumes « Les Moches », à prix réduit. Depuis leur référencement, en mars 2022, nos enseignes ont vendu plus de 800 000 paniers, dont près de 400 000 en 2024.

• Nous avons signé un partenariat avec l'application **Too Good To Go**, en 2019, pour proposer des produits invendus aux consommateurs. En 2024, 143 nouveaux magasins Intermarché et Netto ont adopté ce service, pour un total de 531. Quelque 740 000 paniers anti-gaspi ont ainsi été sauvés en 2024 et plus de 2 millions au total, depuis le début du partenariat.



- Le don est au cœur de la démarche anti-gaspillage des enseignes Intermarché et Netto. C'est pourquoi, nous sommes engagés dans une démarche responsable et solidaire en faisant **don de nos invendus à des associations**. Cinq conventions nationales ont été signées avec les Banques alimentaires, les Restos du Cœur, la Croix-Rouge, Donnons-leur une chance et Emmaüs. En 2024, 1 488 points de vente Intermarché et Netto participants ont récolté 1 681 tonnes de produits pour les Restos du Cœur. Au-delà des collectes ponctuelles, nos 36 bases logistiques se mobilisent: en 2024, dans le cadre de la reprise des points de vente et des entrepôts Casino, un don exceptionnel de produits à marque de distributeur

Casino a été fait, représentant 22,5 millions d'euros. Comme chaque année, 13 unités de production Agromousquetaires ont également fait des dons réguliers en 2024, pour un montant total de 930 000 euros. Nous avons la volonté de renforcer ce partenariat, en proposant aux salariés du Groupement de participer aux collectes en point de vente.

- Une dizaine d'opérations de produits-partage** étaient proposées dans les points de vente et les Drive Intermarché en 2024: pour tout achat de l'un de ces produits, 20% du prix de vente était reversé à la Fondation Le Roch-Les Mousquetaires, afin d'aider l'Institut Pasteur dans ses recherches.

INDICATEURS

En 2024



400 000

paniers de fruits et légumes
« Les Moches » vendus



740 000

paniers Too Good To Go alimentaires
sauvés dans 517 points de vente



1 681

tonnes de produits récoltés pour
Les Restos du Cœur durant les collectes



Don exceptionnel de produits
de la marque Casino d'une valeur de

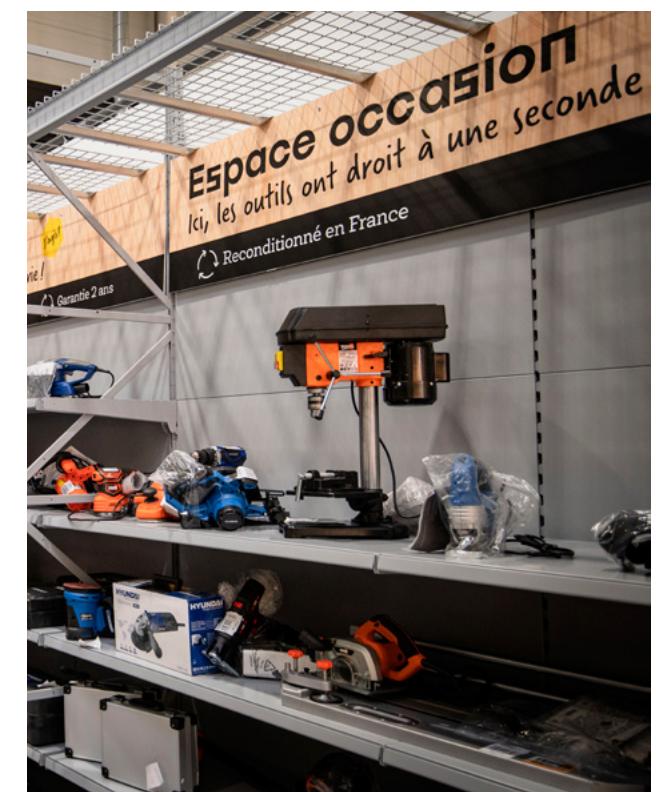
22,5

millions d'euros

ÉQUIPEMENT DE LA MAISON

Nous favorisons également le réemploi et la seconde vie des produits non alimentaires, pour éviter le gaspillage des produits de bricolage et de jardin.

- Depuis 2021, les enseignes Bricomarché et Bricorama proposent **un rayon d'outils d'occasion** dans certains de leurs points de vente. Ces outils sont reconditionnés, au préalable, par un prestataire spécialisé, et bénéficient de la même garantie que les outils neufs, pour un prix en moyenne 30% inférieur.
- Chez Bricomarché, la deuxième édition des **Journées de l'Occasion**, permettant aux clients de donner une nouvelle vie à leurs outils ou objets de décoration, et de récupérer la valeur de leurs ventes en bons d'achats, a permis de collecter 1 095 produits, dont 630 ont été vendus.
- Depuis 2021, les invendus sont donnés à des associations comme Emmaüs ou l'Agence du don en nature, au profit de foyers défavorisés.
- Avec 242 points de vente inscrits sur l'application, Bricomarché lutte contre le gaspillage végétal, grâce à **son partenariat avec Too Good To Go**. L'enseigne propose des paniers surprise composés de plantes défraîchies à prix réduit. Depuis 2024, elle a étendu son offre en proposant des paniers d'alimentation pour chiens et chats, à moindre coût, composés de produits ayant une date de durabilité dépassée de 3 mois maximum, ou d'un emballage abîmé.





LA PROMOTION D'UNE AGRICULTURE PLUS RESPONSABLE

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 conduit à sceller les premiers partenariats durables par la contractualisation, dès 1992, afin de progresser, ensemble, vers une production plus rémunératrice et responsable.



Pour poursuivre la transformation de notre modèle agroalimentaire, nous avons, au cours de l'année 2024, structuré notre politique agricole et présenté nos trois axes de travail :

- **La contractualisation et la sécurisation des approvisionnements.**
- **Le développement de nos dispositifs d'accompagnement du monde agricole.**
- **L'optimisation de nos dispositifs de référencement locaux.**

Engagés aux côtés des agriculteurs et producteurs locaux

Déjà partenaires de plus de 10 000 producteurs locaux partout en France, nous souhaitons optimiser nos dispositifs de référencement locaux et doubler ce chiffre, d'ici 2027, en référençant 10 000 producteurs locaux supplémentaires, soit 20 000 au total, dans un périmètre de 70 kilomètres autour des points de vente. L'objectif : réduire les intermédiaires, améliorer le revenu

des producteurs et réduire l'impact carbone lié au transport des produits.

Au quotidien, l'offre locale et régionale est mise en avant auprès des consommateurs dans nos points de vente, via plusieurs démarches :

• **« Les agriculteurs vous disent MERCI ! »** : coconstruite avec les producteurs pour les rémunérer en fonction de leur prix de revient, la gamme compte aujourd'hui 30 références. En 2024, un fromage à raclette produit par notre unité de production La Fruitière de Domessin, ainsi qu'une gamme de vins rouges solidaires dont 35% du prix ira directement aux viticulteurs de bassins en difficulté (médoc, merlot et côtes-du-rhône) ont été lancés. Depuis 2018, Intermarché a déjà reversé plus de 16 millions d'euros de prime au monde agricole, grâce à la vente de ces produits MERCI !

• **La démarche « Producteurs d'ici »** : lancée en 2020 par Intermarché, elle met en avant les producteurs dans les rayons par une signalétique spécifique. Au total, ce programme représente plus de 7 500 partenariats locaux à travers l'Hexagone.

Accompagner durablement les producteurs

Nous nous appuyons sur une relation à long terme avec les producteurs. Nous avons été l'un des pionniers de la contractualisation. À ce jour, 95% des volumes de lait nécessaires à la production des produits de marque propre Pâturegues, dans nos unités de production, sont contractualisés, et permettent de donner une visibilité à nos éleveurs partenaires. Pour le porc et le bœuf, ces taux sont respectivement de 60% et 27% et ont vocation à croître, afin d'accompagner les éleveurs dans leur développement. En 2024, nous nous sommes engagés à renforcer la contractualisation sur ces trois filières, et à développer de nouvelles que nous avons jugé prioritaires :

- Un contrat tripartite de plus de dix ans sur **la viande bovine** entre les éleveurs, Agromousquetaires et Intermarché, pour préserver les élevages et accompagner les jeunes agriculteurs.
- Un contrat tripartite d'une durée de trois ans entre les arboriculteurs, Agromousquetaires et Intermarché, sur **les poires**, pour permettre la sécurisation de 4 535 tonnes de poires fraîches et industrielles, en comptant également les volumes contractualisés par Agromousquetaires.
- Un contrat bipartite d'une durée de trois ans entre Intermarché et les Fruitières Chabert sur **le reblochon** laitier et fermier.



AGRIMOUSQUETAIRES

Nous avons lancé, en décembre 2023, l'association Agrimousquetaires pour aider à la pérennisation des filières agricoles. Cette initiative a permis d'accompagner, entre juillet 2024 et juillet 2025, 160 exploitations laitières et de contribuer, à hauteur d'un million d'euros : 32 exploitations aidées dans le cadre de leur installation, 33 accompagnées dans l'acquisition d'équipements sobres en énergie, 50 soutenues dans l'amélioration de leurs conditions de travail, et plus de 400 jours de remplacement pris en charge au sein de 43 exploitations. En 2025, nous avons élargi le périmètre d'Agrimousquetaires en accompagnant des éleveurs bovins viande. Les appels à projets ont été construits, comme pour le lait, en collaboration avec les éleveurs.





3
questions
à



YVES AUDO

Responsable des relations agricoles

Notre objectif est de garantir des rémunérations justes et suffisantes pour les producteurs, de soutenir le pouvoir d'achat des clients, tout en assurant aux points de vente une marge opérationnelle.

Comment les attentes des agriculteurs et des partenaires ont-elles évolué ces dernières années ?

Face à l'instabilité économique et aux défis climatiques, les agriculteurs ne recherchent plus seulement les meilleures offres à court terme. Ils cherchent avant tout la stabilité et la sécurisation de leurs volumes. C'est pourquoi ils ont besoin de se projeter durablement, et d'assurer ainsi la pérennité de leurs exploitations.

Comment cela influence-t-il la politique agricole du Groupement ?

Cette évolution structurelle impacte directement notre politique agricole, qui doit s'adapter à cette réalité de marché. Sur les marchés en tension, nous privilégions la relation de long terme avec les producteurs. L'objectif est de réussir à établir des prix de production qui couvrent les coûts réels des agriculteurs et leur assurent un revenu décent, tout en sécurisant nos approvisionnements par des contrats pluriannuels. À l'inverse, sur certains marchés très concurrentiels, où les pressions sur les

prix sont fortes, l'enjeu est de trouver le juste équilibre pour rester attractifs pour le consommateur sans compromettre la viabilité économique de nos partenaires.

Quels sont vos leviers pour renforcer le lien entre les producteurs et le territoire ?

Notre enjeu principal est d'assurer l'équité sur l'ensemble de la chaîne de valeur, de l'agriculteur au client final. Nous cherchons ainsi des solutions qui permettent, à la fois, de garantir des rémunérations justes et suffisantes pour les producteurs, de soutenir le pouvoir d'achat des clients, tout en assurant aux points de vente une marge opérationnelle. Cette année, nous avons redoublé d'efforts en matière de transition agricole, avec le lancement de l'appellation « Intermarché Terroirs », l'annonce de la fin de la vente des fraises et des cerises en décembre et en janvier dans nos points de vente Intermarché et Netto, l'accompagnement de 160 exploitations laitières via l'association Agrimousquetaires, la contractualisation sur de nouvelles filières (viande bovine, poires, reblochon), etc. Ces différentes initiatives marquent un progrès certain, mais nous sommes conscients que l'accompagnement durable des producteurs et la promotion d'une agriculture 100 % responsable représentent un travail de longue haleine, repris par Pascal Richez, qui m'a succédé en tant qu'adhérent chargé des relations agricoles du Groupement, depuis le 1^{er} septembre 2025.

Agromousquetaires

s'est engagé à réduire au maximum le temps de transport des animaux jusqu'à l'abattoir :



Porc

99 %

en moins de huit heures

98 %

en moins de six heures

69 %

en moins de trois heures

100 %

sont étourdis avant abattage



Bovins

95 %

en moins de huit heures

82 %

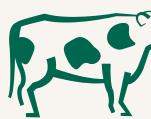
en moins de six heures

67 %

en moins de quatre heures

100 %

sont étourdis avant abattage



Vaches laitières

95 %

des vaches laitières pâturent au moins 150 jours par an.

Engagés en faveur de la bientraitance animale

Au sein du Groupement, nous avons la conviction que le bien-être des animaux et de ceux qui les élèvent est l'un des piliers d'une offre responsable. Les cinq libertés fondamentales des animaux, définies par l'Organisation Mondiale de la Santé Animale (OMSA) sont le socle de notre démarche Bien-Être Animal (BEA) :

- **Ne ressentir ni la faim ni la soif.**
- **Ne pas souffrir d'inconfort ou de contraintes physiques.**
- **Être indemne de douleurs, de blessures et de maladies.**
- **Avoir la liberté d'exprimer des comportements naturels propres à l'espèce.**
- **Être protégé de la peur et de la détresse.**

Notre démarche BEA s'applique aux produits transformés dans nos unités de production Agromousquetaires (bœuf, veau, porc, vache laitière, etc.), et aux produits achetés en direct par les enseignes Intermarché et Netto à des fournisseurs extérieurs (poulet, poule pondeuse, dinde, canard, lapin, etc.). Elle 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, et développé des référentiels qui prennent en compte les bonnes pratiques, de l'élevage jusqu'à l'abattage.

Quelques exemples de mesures (sur des filières achats externes)

• **Sur la filière poules pondeuses :** d'ici fin 2025, en France, la majorité des œufs coquille vendus dans les points de vente Intermarché et Netto ne seront plus issus d'élevage en cage (c'est déjà le cas en Belgique).

• **Sur la filière lapins :** en 2024, nous avons été récompensés par une Mention d'honneur aux Lapins d'Or décernée par l'ONG internationale CIWF France (Compassion in World Farming) pour notre combat contre les cages utilisées dans l'élevage des lapins. Nous nous sommes engagés à nous approvisionner uniquement en lapins élevés hors cage dans de grands enclos, pour 100% de la viande fraîche à marque propre d'ici 2029.

Afin de faire connaître notre politique de bientraitance animale, nous publions, chaque année, sur notre site Mousquetaires, **notre rapport BBFAW (Business Benchmark on Farm Animal Welfare)**. Nous développons également l'information pour les consommateurs, en tant que membre et administrateur de l'Association Étiquette Bien-Être Animal (AEBEA). À ce jour, cet étiquetage est présent sur nos poulets MDD Bio et Label Rouge des marques Volaé et Merci !





UN PRODUCTEUR
& UN DISTRIBUTEUR RESPONSABLE

FAITS MARQUANTS

Notre engagement en tant que "Producteurs et Commerçants" responsables s'est affirmé en 2024 grâce à des actions concrètes.



S'ENGAGER

Octobre Rose : nos enseignes se mobilisent

À l'occasion d'Octobre Rose, 256 Intermarché et Netto de la région Centre-Ouest se sont engagés pour la Ligue contre le cancer. Ensemble, ils ont récolté 65 122 euros, en reversant à l'association 10 % du prix de vente d'une sélection de produits locaux. 20 centimes étaient également reversés pour chaque achat d'une baguette de pain Constance : plus de 100 000 ont été vendues au cours du mois.



RÉDUIRE

Vers la digitalisation des prospectus

Au Portugal, une centaine de points de vente ont opté pour le prospectus digital (parmi eux, 70 ont adopté un modèle hybride). Résultat : une réduction significative de 40 % du volume de prospectus imprimés dans le pays en 2024.



SOUTENIR

Intermarché soutient les PME

Nous avons reçu le Trophée LSA de la meilleure collaboration entre un distributeur et une PME, pour notre soutien à Fiers, qui propose des produits d'épicerie 100 % handi-solidaires. En 2024, grâce aux ventes dans plus de 200 Intermarché, Fiers a pu redistribuer 300 000 euros (soit 60 % du montant total reversé) à ses ateliers partenaires, leur permettant de créer cinq nouveaux emplois.



INNOVER

Nos packagings adoptent les bouchons solidaires !

En vertu de la réglementation du 3 juillet 2024, les équipes packaging d'Antarctic et de la Laiterie Saint-Père ont annoncé l'adoption des bouchons solidaires sur toutes les bouteilles de jus et de lait. Le nouveau design des bouchons, plus légers, et la rationalisation des couleurs permettent une économie de 64 tonnes de plastique par an (soit 100 tonnes de CO₂).



UN ACTEUR impliqué dans la transition ÉCOLOGIQUE

Pour agir en faveur de la transition écologique,
nous avons mis en place un plan Climat.

Celui-ci repose sur trois piliers indissociables : la réduction de l'empreinte carbone, la préservation de la biodiversité, ainsi qu'une gestion résiliente de l'eau.

P.32
Décarboner
nos activités

P.38
Développer
des filières
responsables

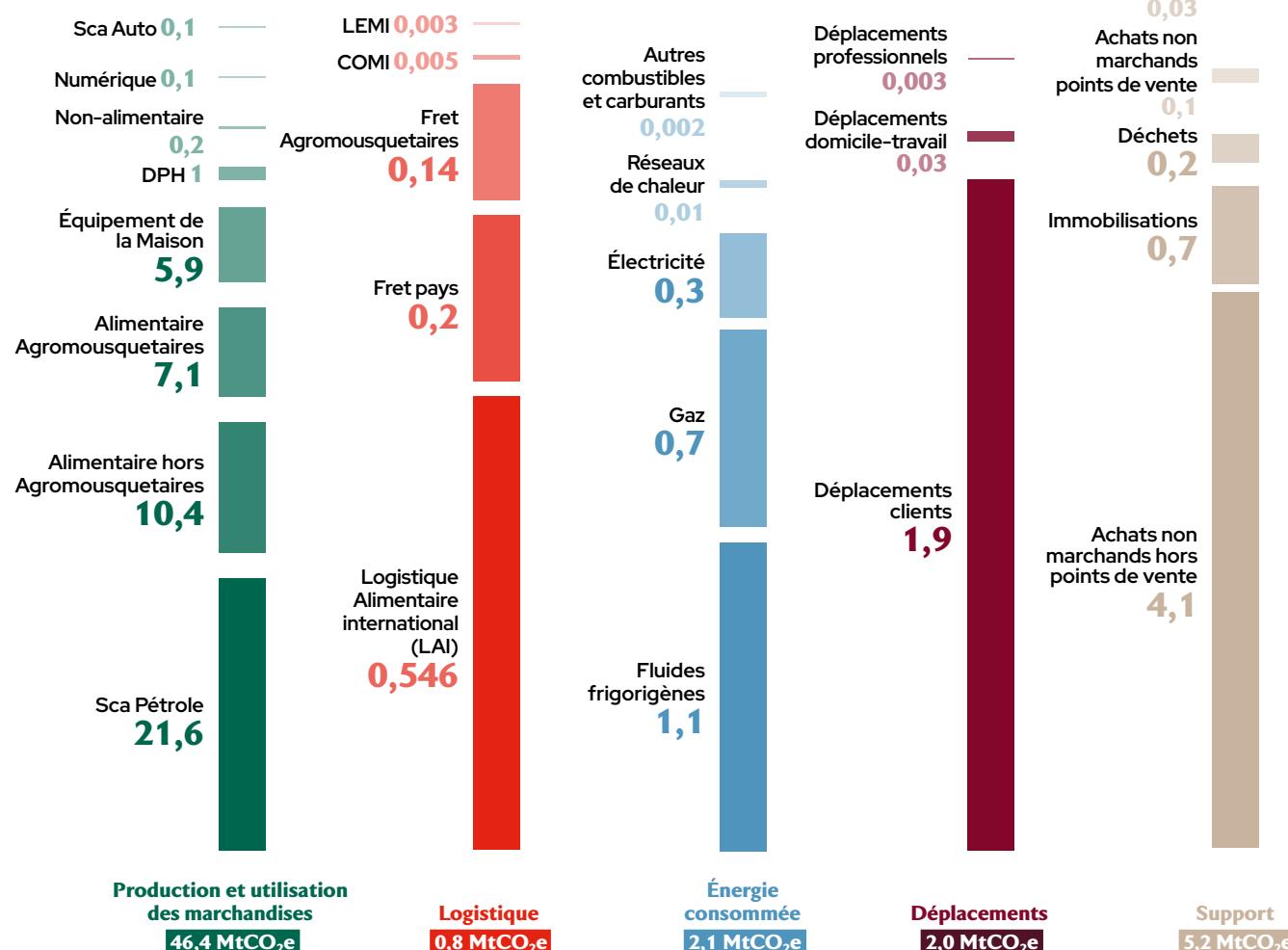
P.42
S'engager dans
la transition
énergétique



DÉCARBONER NOS ACTIVITÉS

Comme toute activité, nous contribuons aux émissions de gaz à effet de serre (GES). En 2023, le bilan carbone du Groupement s'établit à 54,5 millions de tonnes équivalent Co₂.

La production et l'utilisation des marchandises représentent la très grande majorité des émissions (46 MtCo₂e), principalement au niveau de la vente de carburant et de nos activités alimentaires (distribution et industries).



BILAN CARBONE DU GROUPEMENT (EN 2023)

Total = 54,5 MtCO₂e répartis comme suit, selon les catégories du GHG Protocol :

- Scope 1 (émissions directes) : 2 %
- Scope 2 (émissions indirectes associées aux consommations d'énergie) : 1 %
- Scope 3 (autres émissions indirectes – hors énergie) : 97 %



Nos engagements

Réduire nos émissions de gaz à effet de serre de 63 % sur les scopes 1 et 2 et de 38 % sur le scope 3 (dans le respect des recommandations SBTi)

Notre plan d'action à horizon 2050

Notre plan de transition climatique 2026-2050, en cours de finalisation, a été présenté au SBTi en juillet 2025 pour validation. Il définit une feuille de route détaillée pour atteindre les cibles de 2030 et 2035, en renforçant les actions sur les secteurs les plus émetteurs identifiés (notamment la filière logistique et les sites de production agroalimentaires).

Nous poursuivons nos efforts pour réduire notre empreinte carbone, devenir plus économique et autonome, à travers notre stratégie bas carbone. Toutes les entités se sont mobilisées et les premières feuilles de route ont été élaborées, en intégrant la poursuite des actions en cours.

Nous nous sommes engagés sur cinq actions prioritaires, à mener pour toutes nos entités et nos points de vente :

- **Limiter l'utilisation des gaz frigorigiques** 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 chefs d'entreprise et des collaborateurs** en déployant différentes démarches de formation (Fresques du climat et du Numérique responsable).



Notre engagement

Réduire de 50 % notre flotte fonctionnant au gazole d'ici fin 2025

Réduire l'empreinte carbone de nos flux logistiques

Nous avons fait le choix de maîtriser notre propre logistique grâce à une flotte de 2 000 semi-remorques et 400 tracteurs. Cette organisation nous permet d'agir sur l'ensemble de notre chaîne de transport pour réduire l'impact environnemental de nos flux logistiques.

Nous avons mis en place différentes mesures, pour réduire l'empreinte carbone de nos propres camions et de ceux de nos partenaires, entre nos entrepôts, en optimisant les trajets, et en portant une attention particulière au comportement de nos conducteurs :

- Favoriser l'utilisation d'outils de planification des tournées et limiter la vitesse des camions à 82 km/h (ces mesures ont déjà permis de diminuer de 3 à 5% les kilomètres parcourus).

- Former l'intégralité des conducteurs à l'écoconduite, afin d'adopter une conduite souple et économe en énergie (freinages anticipés, limitation des accélérations brutales, etc.).

Ces mesures nous ont déjà permis de diminuer la consommation moyenne de carburant de notre

flotte de camions : 28,93 litres aux 100 kilomètres en 2024 vs. 29,15 litres en 2023.

Nous investissons également dans des technologies de transport plus propres, afin de remplacer progressivement le diesel classique :

- **Une flotte de 12 camions (9 en propre et 3 tractionnaires) fonctionnant au biogaz (bio-GNV)** a été déployée pour les livraisons dans les zones urbaines denses (notamment dans Paris intra-muros et petite couronne). Ils sont équipés de groupes frigorifiques silencieux, dernière génération, pour minimiser les nuisances sonores.
- **Notre organisation unique nous permet de valoriser des carburants alternatifs issus de nos propres filières.** Une cinquantaine de poids lourds, sur les bases de Castets et d'Erbrée, roulent désormais au **B100HX, un biocarburant pur, nouvelle génération, 100% renouvelable** et produit dans notre unité de production Estener à partir d'huiles de friture usagées et autres résidus non alimentaires. Déjà 2 615 tonnes de CO₂ ont été évitées (par rapport à un gazole conventionnel), sur 4,8 millions de kilomètres parcourus, soit 120 fois le tour de la Terre. Quelque 59 tracteurs supplémentaires vont venir prochainement s'ajouter à la flotte actuelle, et de nouvelles stations B100 vont être installées dans les bases de Neulliac, Donzère, Montbartier et Angoulême.
- **À ce jour, 7 porteurs électriques** sont en activité et ont déjà permis d'économiser 97 tonnes de CO₂.

Assurer une gestion durable des ressources en eau

En tant que «Producteurs et Commerçants», notre empreinte hydrique s'étend sur l'ensemble de la chaîne de valeur (processus industriels, nettoyage, utilités techniques, entretien, conservation des produits frais, stations de lavage, etc.). L'eau constitue ainsi un enjeu prioritaire de notre plan Climat, et c'est pourquoi nous avons décidé de renforcer notre stratégie de gestion durable de l'eau, et de l'intégrer à notre plan de Vigilance.

IDENTIFICATION DES RISQUES

Notre approche globale pour la période 2025-2030 est structurée autour d'une cartographie des risques, d'engagements concrets, d'actions spécifiques et d'un dispositif de suivi robuste, alignés sur les exigences réglementaires et les objectifs du plan Eau national.

Notre cartographie des risques a identifié les vulnérabilités spécifiques suivantes pour nos activités : l'augmentation de la demande, une disponibilité réduite, la pollution des eaux, la salinisation des terres agricoles et des eaux souterraines et un accès à l'eau inégal. Face à ces défis, nous avons élaboré un plan de résilience Eau 2025-2030, s'articulant autour de 6 axes stratégiques interconnectés :

- **L'analyse et l'anticipation de la réglementation pour maintenir notre conformité.**
- **La réduction de notre consommation en eau,** avec un suivi régulier et une gestion proactive des fuites.
- **Le développement d'une économie circulaire de l'eau** par la réutilisation de l'eau grise et le recyclage.
- **La gestion des zones à risque et l'anticipation des crises de pénurie.**
- **L'accompagnement de nos clients dans la maîtrise de leur consommation.**
- **La valorisation de nos engagements auprès des territoires.**

Notre engagement

Avec une consommation totale de 10 millions de m³ tous périmètres confondus, notre objectif est de tendre vers une baisse des consommations de 10 % à horizon 2030, intégrant le recyclage de l'eau et la réduction des fuites dans nos sites.





20 sites

Agromousquetaires
concentrent

80 %
de notre
consommation
en eau



UN CAHIER DES CHARGES ADAPTÉ POUR CHACUN DE NOS SITES

Pour nos activités industrielles : nos activités de production sont particulièrement vulnérables aux pénuries d'eau et aux restrictions d'usage, qui peuvent compromettre la continuité de nos opérations industrielles. Via le plan Eau Agromousquetaires, nous concentrons nos efforts sur 4 axes principaux: la réduction de la consommation, le recyclage de l'eau, la réutilisation des eaux usées et la préservation de la biodiversité.

Dans nos bases logistiques : nous intégrons pleinement les enjeux liés à l'eau dans notre stratégie (construction de nouvelles bases selon les standards de Haute Qualité Environnementale, réalisation d'études d'impact environnemental, mise en place de systèmes de récupération et de gestion des

eaux pluviales, optimisation des systèmes d'arrosage et d'entretien des espaces verts).

Dans nos points de vente : nous accompagnons les équipes au quotidien dans le suivi de leur consommation via la plateforme «Performance RSE», la gestion proactive des fuites et la sensibilisation aux bonnes pratiques à travers des fiches pédagogiques. Nous les aidons à développer une économie circulaire de l'eau, avec la mise en place de systèmes de récupération des eaux de pluie ou le recyclage des eaux grises, lorsque la réglementation le permet. Nous jouons également un rôle de conseiller auprès des consommateurs, et proposons une offre adaptée, notamment dans nos enseignes de bricolage, pour les aider à maîtriser leur consommation d'eau.

Vers un numérique responsable et durable

Avec plus de 160 000 équipements numériques en service en 2024, et 27 millions de mails envoyés par an, nous avons conscience de notre impact sur la pollution numérique. C'est pourquoi nous avons décidé d'agir, en intégrant la responsabilité numérique (RNE) comme l'un de nos 7 combats RSE.

En interne, notre Direction des Systèmes d'information, la Stime, poursuit la démarche PING (Pour une Informatique nouvelle génération), afin d'accompagner l'ensemble des sites vers un numérique plus responsable. Ce programme a pour objectif de répondre à différents enjeux prioritaires:

- Baisser l'impact carbone des matériels informatiques (solutions et matériels durables et reconditionnés).
- Concevoir des applications responsables, en définissant un référentiel d'écoconception.
- Sensibiliser les collaborateurs au numérique responsable et développer des bonnes pratiques pour mieux gérer les données (limitation des volumes de données, protection et conservation raisonnées...).

Au sein des services d'appui, les ordinateurs portables ont désormais une durée de vie minimum de cinq ans. Durant leur cycle de vie, ils sont reconditionnés par les équipes de la Stime et remis ensuite dans le parc utilisateur. En parallèle, plusieurs campagnes annuelles sont organisées pour permettre aux points de vente d'acquérir des matériels reconditionnés.

Nos engagements

Diminuer de 40 % la consommation électrique des serveurs virtuels

Baisser de 5 % les émissions de gaz à effet de serre de nos matériels d'ici fin 2025



INDICATEURS



60 %
des ordinateurs
des services d'appui
reconditionnés
en 2024
(vs. 46 % en 2023)



12 %
des matériels
vendus aux
points de vente
reconditionnés
en 2024
(vs. 7,9 % en 2023)

Croissance
du volume des
données limitée à
19,3 %
en 2024





DÉVELOPPER DES FILIÈRES RESPONSABLES

Au-delà de nos marques propres, nous nous engageons sur les conditions sociales et environnementales des produits que nous distribuons, à travers notre démarche « achats responsables ».

Nous priorisons les travaux sur les matières premières les plus sensibles, identifiées depuis 2024, grâce à l'outil AFNOR Risk. Chaque année, nous publions sur notre site institutionnel mousquetaires.com **un plan de Vigilance**, présentant nos engagements pour des filières responsables.

Nous formalisons avec nos fournisseurs des procédures et des documents contractuels tels que les chartes filières durables. Celles-ci sont développées, dans le cadre d'un dialogue avec les parties prenantes, pour répondre à différents objectifs : assurer notre devoir de vigilance, s'engager pour la durabilité des filières, définir les critères de durabilité et engager nos fournisseurs. En interne, tous les acheteurs sont formés à l'ensemble des chartes correspondant à leur périmètre.

En 2024

17

CHARTES FILIÈRES DURABLES EXISTANTES DONT :



2 chartes créées
1 charte retravaillée



140 acheteurs formés aux enjeux filières durables



NOTRE COMBAT REPOSE SUR 4 AXES PRINCIPAUX

- 1** Garantir l'absence de déforestation et de conversion d'écosystèmes à haute valeur de conservation ou à haut stock de carbone.
- 2** Lutter contre la surpêche et améliorer les systèmes d'aquaculture.
- 3** Assurer le bien-être animal pour l'ensemble des espèces.
- 4** Faire respecter les droits humains.

Notre engagement

100 % des matières premières non issues de la déforestation ou de la conversion d'écosystèmes à haute valeur de conservation ou haut stock de carbone

Garantir l'absence de déforestation

Nous développons, en toute transparence, des plans de progrès en partenariat avec des ONG, afin de concilier qualité des produits et préservation des ressources naturelles. En 2024, nous avons mis en œuvre un plan d'action concret pour se conformer au Règlement Déforestation de l'Union européenne (RDUE), en formalisant des clauses contractuelles, en échangeant avec nos fournisseurs et en analysant leurs plans de diligence raisonnée.

Le soja étant la première cause de déforestation importée, nous l'avons identifié comme une de nos priorités. Nous évaluons régulièrement notre empreinte soja et effectuons, via notre filiale Agromousquetaires, une cartographie de nos approvisionnements. Nous contribuons, depuis 2020, à des actions de sensibilisation, de transformation et de suivi, coordonnées par Earthworm, aux côtés de WWF et de Duralim. Nous avons signé également un manifeste avec d'autres distributeurs pour engager toute la filière soja dans une démarche de traçabilité.

L'huile de palme : nous sommes devenus membre de la Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) en 2023, afin de contribuer aux filières d'huile de palme durable. Depuis 2024, nous publions notre empreinte annuelle d'huile de palme et évaluons régulièrement les niveaux de certification RSPO associés sur le périmètre alimentaire et DPH. À date, 99 % de l'huile de palme (hors dérivés) utilisée dans nos produits à marque propre est certifiée RSPO.

Le cacao et le café : nous soutenons le commerce équitable, depuis 2005, et entretenons un partenariat avec l'organisme Fairtrade Max Havelaar, dans l'objectif de certifier progressivement nos produits à marques propres. Depuis 2023, 99 % du cacao que nous utilisons est traçable jusqu'à son pays d'origine. La charte sur la filière café a été créée en 2024, afin d'engager nos fournisseurs sur les enjeux de traçabilité, environnementaux et sociaux de la filière.

Le bois, le charbon et le caoutchouc : nous avons pris des engagements forts sur cette filière, avec le soutien d'Earthworm Foundation et Amfori sur les enjeux sociaux, et de FSC et PEFC sur les enjeux environnementaux. En 2024, 98 % du bois utilisé dans les produits à marques propres de nos enseignes de bricolage est certifié FSC, PEFC origine France, ou recyclé.





Lutter contre la surpêche et améliorer les systèmes d'aquaculture

Armateur de pêche fraîche en France avec 15 navires, Agromousquetaires est particulièrement attentif aux impacts liés à la surpêche et à l'aquaculture intensive. Nous sommes, ainsi, engagés pour une pêche durable et mettons à jour, chaque année, nos engagements pour:

- Promouvoir une offre responsable et diversifiée de poissons dont les populations sont en bonne santé et pêchées par des navires français.
- Encadrer nos achats par des chartes d'approvisionnement espèces sensibles.
- Améliorer la sélectivité de nos engins de pêche et maîtriser les déchets plastique en mer comme sur terre.

Des risques sociaux et environnementaux significatifs ont été identifiés, en particulier sur 10 espèces : le thon, le saumon, la crevette, la truite, le cabillaud, le colin, le thon rouge, l'espadon, le requin et la sardine. Sur l'ensemble de ces filières, une charte a été signée, afin de protéger les espèces marines sensibles, l'environnement et l'impact social.



En matière de pêche durable et d'aquaculture, nous avons décidé de travailler sur trois de ces filières prioritaires, correspondant aux matières premières les plus consommées et les plus sensibles :

Le thon : une cartographie des approvisionnements est réalisée tous les ans pour analyser les politiques de nos conserveries partenaires, identifier les navires, les zones et les techniques de pêche utilisés. En 2024, nous avons adhéré au Global Tuna Alliance, afin de préserver les stocks de thon, lutter contre la pêche illégale et faire respecter les droits des travailleurs.

La crevette : dans le cadre de notre participation au groupe de travail Crevette de l'ONG Earthworm Foundation, nous soutenons la réalisation de cartographies et de visites de fermes et d'usines de crevettes, afin d'impulser de nouvelles pratiques d'élevage. En 2024, nous avons pris des engagements en faveur du bien-être des crevettes en interdisant l'épédonculation* et en encourageant l'étourdissement électrique systématique.

Le saumon : en tant que membre du groupe de travail Aquafeed de l'ONG Earthworm Foundation, nous nous sommes fixé des objectifs en faveur d'une alimentation aquacole plus durable (diminuer la dépendance aux pêcheries minotières et améliorer leur durabilité). Nous participons également à l'initiative CARE Salmon, afin de définir les critères de bien-être animal du saumon.

* Ablation des yeux de l'animal pour optimiser la reproduction



Nos engagements

Accompagner la transition énergétique, dans le cadre de notre projet de décarbonation, pour diminuer de 63 % notre impact de gaz à effet de serre d'ici 2035

Réduire les consommations d'énergie de tous nos sites, développer l'autoproduction et l'autoconsommation, et disposer d'un mix énergétique plus vertueux



Depuis deux ans, la plateforme de préparation de commandes d'Agromousquetaires LUG optimise le fonctionnement de ses installations frigorifiques ; ce qui lui a déjà permis de réaliser 42 % d'économie d'énergie. Le site réalise également des effacements verts en arrêtant certains équipements pendant une courte durée, et parvient à effacer 120 kW en deux heures, par rapport à la consommation habituelle.



S'ENGAGER DANS LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

Améliorer l'efficacité énergétique de tous nos sites

Depuis des années, nous avons mis en œuvre un plan d'action, pour réduire les consommations d'énergie sur l'ensemble de nos sites. Pour cela, nous avons mis la priorité sur trois opérations :

• **L'intégration dans l'existant de nouveaux équipements et le renouvellement du matériel :** cela passe par de nombreux écogestes et investissements sur les postes froid, éclairage, chauffage et ventilation (fermeture des meubles froids, installation d'éclairages LED, isolation thermique des bâtiments, baisse de la température, etc.).

• **Le pilotage de la consommation :** pour superviser l'ensemble de leurs équipements en temps réel via une interface unique et centralisée, les points de vente

s'équipent progressivement d'une gestion technique du bâtiment (GTB), grâce à 4 fournisseurs référencés au sein du Groupement. Son installation permet une réduction de la consommation pouvant aller jusqu'à 20% sur l'intégralité du site. Fin 2024, 230 GTB étaient en cours de déploiement dans nos magasins.

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

• **L'accompagnement des points de vente dans leur stratégie énergie et la diffusion de bonnes pratiques.**



UNE SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE ANTICIPÉE

Les points de vente nouvellement construits ou récemment rénovés intègrent dorénavant la sobriété énergétique directement dans leur conception. Les bâtiments neufs prévoient l'optimisation des surfaces et de l'isolation, l'installation de cuves de récupération d'eau de pluie, de double voire triple vitrage, etc. Sur les parkings, sont prévus des places perméables pour maximiser la gestion de l'eau, des haies et des bassins de rétention pour la biodiversité, et des ombrières photovoltaïques. Le concept Fab'Mag d'Intermarché envisage l'installation d'éclairages LED et la fermeture d'au moins 80% des meubles froids, permettant, en moyenne, une baisse de la consommation de 21%. Dans 1475 points de vente, un projet de transformation Fab'Mag a été initié; parmi eux, 499 sont d'ores et déjà finalisés. Du côté des points de vente Netto, 126 ont été mis au concept POP, permettant une réduction moyenne de la consommation de 11%.

Nos sites certifiés ISO 50001

La certification ISO 50001 atteste de la présence et de la qualité d'un système de management de l'énergie efficace. À date, 80% de nos sites amont (unités de production, bases logistiques et sièges) sont certifiés ISO 50001. La démarche est initiée pour atteindre 100% des sites d'ici fin 2026.



Accélérer notre transition vers des énergies renouvelables

Nous agissons en faveur de la transition énergétique, et visons un mix électrique durable et aligné sur nos objectifs climat. Nous favorisons à la fois la décarbonation et l'autonomie énergétique de nos sites.

SÉCURISER NOS APPROVISIONNEMENTS EN ÉLECTRICITÉ

Nous nous sommes engagés sur d'importants contrats directs d'électricité CPPA*, afin de sécuriser notre approvisionnement électrique sur le long terme. Nous avons signé, en avril 2023, un contrat avec Engie portant sur 340 GWh sur 20 ans, dédiés à l'alimentation de nos unités de production, ainsi qu'un partenariat avec Kallista Energy sur 20 ans pour l'achat d'électricité produite par trois parcs éoliens en France. Au total, nous avons signé 16 contrats, en 2023, auprès de 5 partenaires différents (Valorem, Engie, Q Energy, Kallista Energy et TSE). Ces contrats s'inscrivent dans notre stratégie de diversification des approvisionnements en électricité, et nous permettent d'assurer une certaine stabilité face à la volatilité des prix du marché.

PROMOUVOIR L'AUTOCONSOMMATION SUR NOS SITES ET FAVORISER LA VÉGÉTALISATION

Parallèlement aux achats externes, nous misons sur l'utilisation d'énergies renouvelables et la végétalisation de nos sites, dans le plus grand respect des territoires.

Lors de la réfection de nos parkings, nous portons une attention toute particulière pour permettre la désimperméabilisation des sols, faciliter l'infiltration de l'eau et végétaliser les aires de stationnement.

Nous répondons aux sollicitations des acteurs locaux afin de participer à des projets d'autoconsommation collective. Nos appels d'offres nous ont permis de référencer de nombreux acteurs nationaux et régionaux pour être au plus près de nos territoires et d'accélérer leur déploiement.

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



LAURENT GOURGEON

Adherent Intermarché
à Saint-Jean-de-Muzols (07)

“ La transition énergétique est un sujet prioritaire, pour l'environnement évidemment, mais pas seulement. ”

Quelles sont les principales solutions que vous avez mises en œuvre pour réduire votre consommation énergétique ?

Notre point de vente est dans la plaine du Rhône et bénéficie d'un atout géographique majeur : la présence de nappes phréatiques. Une situation que nous avons su transformer en levier d'efficacité énergétique, suite à une étude hydrogéologique. Son principe est le suivant : l'eau de la nappe phréatique passe à travers un échangeur de chaleur, qui permet de rejeter des calories en été et de les récupérer en hiver, selon les normes environnementales en vigueur. La mise en œuvre de cette solution a nécessité des travaux conséquents, mais les résultats sont là : une économie d'énergie de 20 à 25 % sur une année.

Nous avons également installé une ferme de panneaux solaires sur le toit du magasin, qui peut produire jusqu'à 340 kWh d'électricité. L'été, l'intégralité du point de vente fonctionne exclusivement grâce à cette énergie produite. Côté éclairage, des rampes LED, un système de détection de présence et des puits de lumière naturelle améliorent l'ambiance du magasin, tout en réduisant les besoins en éclairage artificiel.

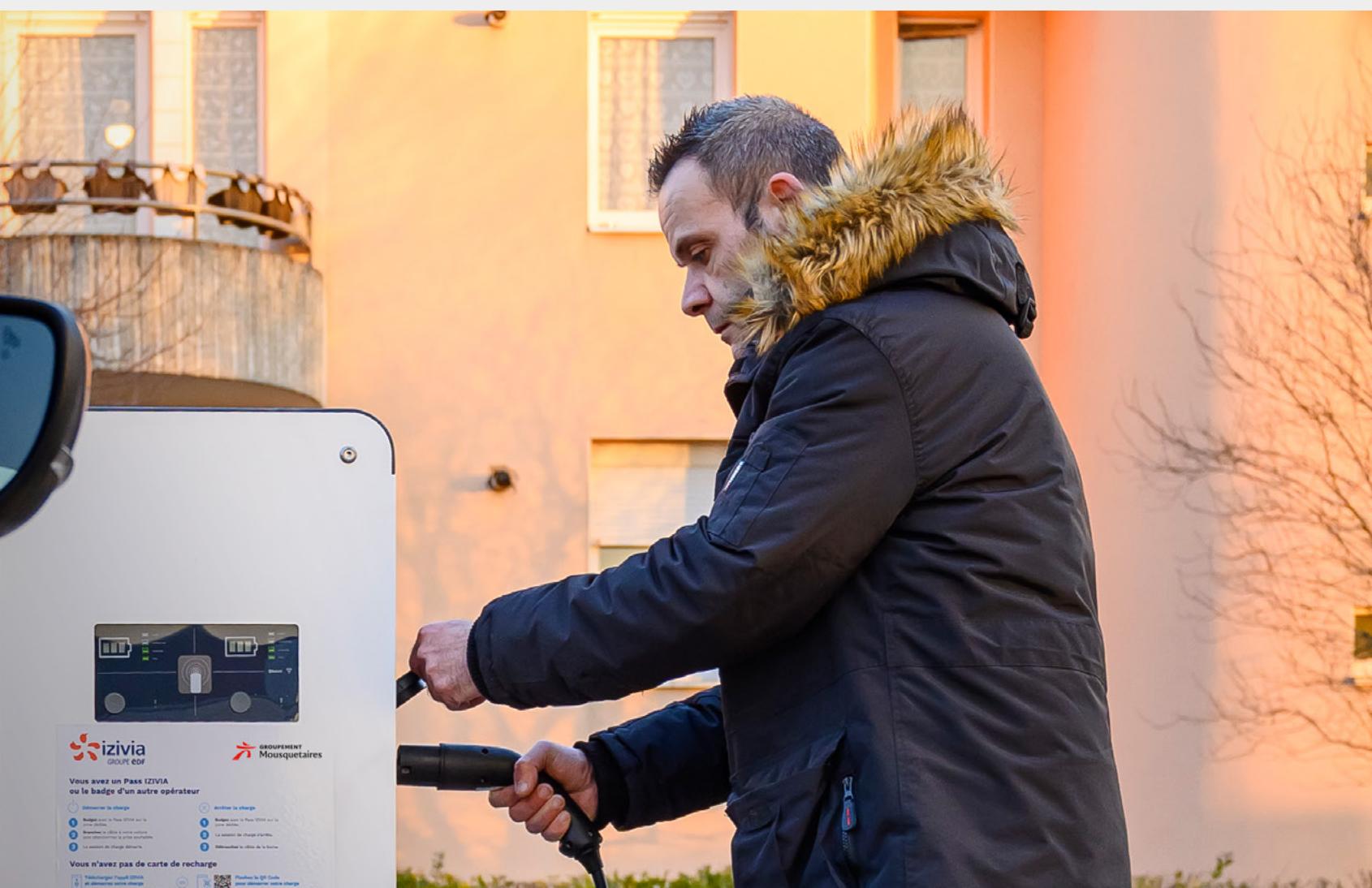
Dans quelle mesure pensez-vous que la transition énergétique est aujourd'hui un enjeu incontournable pour le commerce de proximité ?

La transition énergétique est un sujet prioritaire, pour l'environnement évidemment, mais pas seulement. Une démarche RSE doit à minima se faire sans dégrader les résultats de l'entreprise, voire mieux, se traduire par des gains économiques ou l'amélioration des conditions de travail des collaborateurs et de l'expérience client. D'ailleurs, les banques elles-mêmes privilient désormais les projets à forte dimension RSE, ce qui montre bien que rentabilité et écologie ne sont pas opposées, mais complémentaires.



UN ACTEUR DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE **FAITS MARQUANTS**

L'année 2024 a été une étape clé dans la mise en œuvre de notre plan Climat. Les premières actions concrètes ont été déployées, posant ainsi les fondations d'un avenir plus responsable et durable.



RÉDUIRE

Digital Clean Up Days 2024 : le Groupement s'engage

Dans le cadre de notre engagement pour un numérique responsable, nous avons participé aux Digital Clean Up Days, en mars 2024. Ouvert pour la première année à l'ensemble des entités, le challenge a réuni 696 points de vente et plus de 14 000 collaborateurs, toutes enseignes confondues. Résultat : 7 To de données éliminés d'Outlook et de OneDrive, l'équivalent de 1650 kg de CO₂ (soit un aller-retour en avion Paris-New York).



S'ÉQUIPER

De nouvelles bornes de recharge sur les sites Mousquetaires

Nous avons réalisé, en 2024, le plus important appel d'offres d'Europe, afin d'équiper plus de 3 000 sites de bornes de recharge pour véhicules électriques, au sein du Groupement. Au premier semestre 2025, 300 nouveaux points de vente se sont engagés et s'ajoutent aux 400 sites déjà pourvus. En parallèle, une vingtaine de bases logistiques et d'unités de production se sont mises en projet pour installer des bornes de recharge.



DÉCARBONER

Des achats responsables et décarbonés

Notre plan de Décarbonation passe aussi par des achats responsables. C'est pourquoi nous avons signé, en 2024, un partenariat avec Hoffmann Green Cement Technologies, afin de proposer à la vente, dans nos magasins de bricolage, un ciment décarboné. Nous devenons ainsi le premier réseau national à distribuer ce type de produit, en sac de 25 kg.



Un employeur ENGAGÉ

**Nous sommes profondément convaincus
qu'il n'y a pas de performance économique durable,
sans performance sociale.**

Nous plaçons l'humain au cœur de notre stratégie, en veillant à offrir un environnement de travail respectueux, inclusif et porteur de sens. Notre engagement se traduit par des politiques concrètes en faveur de la qualité de vie au travail, du développement des compétences et de l'égalité des chances.

P.50
**Préserver la santé
et la sécurité
de nos collaborateurs**

P.54
**Développer les
compétences
et l'employabilité
des collaborateurs**

P.58
**Accompagner
et promouvoir
l'entrepreneuriat**

PRÉSERVER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ DE NOS COLLABORATEURS

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, afin de garantir la santé et la sécurité de nos collaborateurs.

Dans nos unités de production, nos bases logistiques et nos points de vente, ces derniers sont confrontés à des risques professionnels clairement identifiés : gestes répétitifs, port de charges lourdes, postures contraignantes, etc. Pour garantir leur sécurité, prévenir les accidents et réduire la pénibilité, nous déployons, depuis plusieurs années, des plans d'action dédiés à la santé, à la sécurité et au bien-être au travail.

Des risques clairement identifiés

Nous avons conduit une démarche structurée d'identification des risques prioritaires. Cette analyse a permis de faire émerger six enjeux majeurs en matière de santé et de sécurité : les risques routiers, la manutention et la pénibilité, les chutes de hauteur, les effondrements et chutes d'objets, l'environnement de travail (notamment le bruit et la température), ainsi que les risques liés aux installations techniques et de stockage (incendie, explosion).

Notre stratégie repose sur quatre piliers fondamentaux :

- **Une culture sécurité partagée** : pour que chaque collaborateur, quel que soit son niveau hiérarchique, se sente responsable de sa sécurité et de celle de son équipe.
- **La formation comme levier de prévention** : elle est au cœur de notre dispositif, avec des parcours adaptés à chaque métier et à chaque niveau de risque.
- **L'innovation au service du bien-être** : nous investissons dans des équipements et des technologies, afin de réduire la pénibilité et d'améliorer les conditions de travail.
- **Un pilotage rigoureux de la performance** : des indicateurs précis nous permettent de mesurer nos progrès et d'ajuster nos actions en continu.



Nos engagements

Développer, d'ici 2030, un plan d'action structuré autour de la **prévention des risques psychosociaux, de la pénibilité au travail et des troubles musculosquelettiques**

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

Prévenir la pénibilité au travail et les troubles musculosquelettiques

Au sein du Groupement, nous luttons contre les troubles musculosquelettiques (TMS), première source d'indemnisation pour maladie professionnelle en France. Cette prévention passe par :

- **La formation et le management des collaborateurs.**
- **Le partage de bonnes pratiques comportementales et organisationnelles.**
- **La mise en place de matériels adaptés (linéaires redimensionnés, chariots facilitant la mise en rayon, sièges ergonomiques pour les hôtes et hôtesses de caisse...).**

En 2024, 156 points de vente ont finalisé la démarche «TMS Pro», mise en place par l'Assurance Maladie, afin de structurer le projet de prévention et de gagner en autonomie sur le sujet. Plusieurs magasins ont également testé l'application mobile Axomove, avant un déploiement à plus grande échelle, proposant des exercices pour se remettre en forme ou supprimer des douleurs, ainsi que des rendez-vous virtuels avec des kinésithérapeutes.

L'innovation au service de la santé : pour réduire la pénibilité au travail, nos bases logistiques mécanisent et automatisent la préparation, et se dotent de nouvelles technologies. En 2024, nous avons testé et déployé des exosquelettes, structures de soutien soulageant le système musculosquelettique lors d'activités spécifiques.



La sécurité dans nos usines

Depuis le lancement de sa démarche santé-sécurité en 2017, Agromousquetaires a enregistré une diminution significative de l'accidentologie sur ses sites, et vise le zéro accident, grâce à :

- La sécurisation des équipements de travail et des interventions.
- La prévention des accidents et des troubles musculosquelettiques.
- La réalisation d'audits réguliers couvrant la culture sécurité et la conformité réglementaire.

Les résultats sont le fruit d'un engagement collectif. En quatre ans, 215 accidents ont été évités sur l'ensemble de nos unités de production, 4 000 collaborateurs ont été formés à la santé et à la sécurité via les dispositifs animés au niveau national (formation des managers, conduite de visites de sécurité, analyse d'accidents, etc.), dont 538 en 2024. À cela s'ajoutent les formations réglementaires obligatoires (habilitations, SST, CACES...) suivies localement dans les unités de production. En complément, plus de 12 000 visites de sécurité préventives individuelles (VSPI) ont été réalisées, en 2024, afin de réduire les comportements à risque, par une approche de terrain impliquant à la fois les salariés et les managers. En 2025, Agromousquetaires franchit un nouveau cap, en déployant son Référentiel santé au travail, proposant un cadre structurant, concret et mobilisateur, conçu pour renforcer la prévention au quotidien, et faire progresser durablement les pratiques dans l'ensemble de nos unités de production d'ici 2030.

Améliorer la qualité de vie au travail de nos collaborateurs et de nos partenaires

La qualité de vie au travail et les conditions de travail (QVCT) constituent un pilier essentiel de notre politique RSE, et reposent sur une approche collaborative mobilisant de nombreuses fonctions du Groupement : la Direction Qualité RSE, la DRH Groupe, les Métiers, les équipes Qualité Hygiène Sécurité et Environnement (QHSE) et les référents Santé-Sécurité au travail présents dans chaque point de vente.

Depuis fin 2023, trois outils sont mis à disposition des adhérents pour améliorer les conditions de travail de leurs collaborateurs en magasin :

- **Un autodiagnostic** afin d'évaluer objectivement leurs pratiques de QVCT (en matière de santé et sécurité, d'aménagement des espaces

et des organisations, de ressources humaines et de management).

- Un carnet réunissant **des fiches pratiques, des conseils et des indicateurs** à suivre.
- **Un baromètre** pour mesurer la satisfaction des collaborateurs et l'impact des actions mises en place.

Au-delà des collaborateurs internes, nous œuvrons aussi pour préserver les conditions de travail des personnes externes, agissant sur notre chaîne d'approvisionnement, en particulier dans les zones à risques, situées en-dehors de l'Union Européenne.

Dans le cadre de notre adhésion au référentiel d'audit social Amfori BSCI, des contrôles sont régulièrement effectués par des auditeurs indépendants et de manière inopinée, afin de s'assurer d'une rémunération juste, du respect des droits humains, de la liberté d'association, de l'absence de travail d'enfants, de discrimination, de violence, de harcèlement, de travail forcé ou d'esclavage moderne, etc. Les non-conformités relevées sont suivies de plans de remédiation et des audits de suivi sont régulièrement mis en œuvre.

Enfin, le système d'alerte Amfori Speak for Change a été déployé dans certains pays comme au Vietnam, pour permettre aux travailleurs de remonter directement toute alerte au sujet de leurs conditions de travail.



TAUX D'EMPLOI DES COLLABORATEURS EN SITUATION DE HANDICAP DANS LE GROUPEMENT

6,43 %

Tous ensemble pour l'inclusion de tous !



POLITIQUE INCLUSION/HANDICAP

L'accord handicap conclu au sein du Groupement, et porté par Handi Mousquetaires, témoigne de la volonté de la direction, des adhérents et des organisations syndicales de structurer une politique dynamique sur l'insertion et le maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap (aménagement du poste et du temps de travail, accessibilité, financement du reste à charge d'équipement adapté...). L'entité accompagne également les points de vente sur des thématiques de sensibilisation et de communication, de recrutement et de formation.

Du 18 au 22 novembre 2024, à l'occasion de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH), Handi Mousquetaires a organisé une opération nationale de sensibilisation à l'inclusion, grâce à un roadshow dans une cinquantaine de sites Mousquetaires. L'objectif : aller au plus près des territoires pour rencontrer les collaborateurs et les adhérents, les sensibiliser à l'inclusion et au handicap, à travers des ateliers et des échanges, et inciter les salariés concernés à entamer des démarches de reconnaissance de travailleur handicapé.

En parallèle, Handi Mousquetaires a proposé une alternative au logo du handicap, usuellement représenté par un fauteuil roulant. Un pictogramme unique et inclusif, décliné en différentes couleurs pour représenter les six grandes familles de handicap (moteur, visuel, auditif, psychique, mental et les maladies invalidantes).





DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES ET L'EMPLOYABILITÉ DES COLLABORATEURS



Notre engagement

Attirer, fidéliser et engager les collaborateurs en développant leurs compétences et en leur proposant des opportunités d'évolution

Former aux nouveaux modes et méthodes de travail

En complément des formations dispensées dans les services d'appui, l'Académie Mousquetaires, organisme certifié créé en 2019, propose des formations transverses et mutualisables, pour accompagner l'évolution des modes de travail :

• **La formation « Flex »** sensibilise les collaborateurs au flex office et leur apporte des moyens pratiques et opérationnels pour bien vivre cette nouvelle organisation du travail en bureaux partagés. En 2024, 41 sessions ont été organisées, accueillant près de 400 collaborateurs.

• **Le parcours « Séminaire Intégration 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. Une immersion de deux jours en points de vente vient compléter ce programme d'intégration. Ces promotions se réunissent une fois par an, pour prolonger cette expérience commune.

• **L'acculturation à l'intelligence artificielle :** deux parcours de formation (débutant et intermédiaire) rythmés par des vidéos, des cas d'usage professionnels et des quiz sont proposés, afin de démystifier et d'accompagner les collaborateurs et les adhérents sur des sujets d'IA.



LA SÉCURITÉ POUR TOUS

32 sessions de formation sécurité (manipulation des extincteurs, guide-file et serre-file, sauvetage secourisme au travail, etc.) ont été dispensées en 2024, auprès de 293 collaborateurs des services d'appui.

PERMETTRE AUX COLLABORATEURS DE S'ENGAGER

L'engagement fait partie de notre culture d'entreprise. Nous tenons à offrir à chaque collaborateur le temps et les moyens de s'investir dans des causes qui leur tiennent à cœur, convaincus que cet engagement volontaire contribue autant au bien commun qu'à l'épanouissement personnel.



Du côté de l'Alimentaire, les collaborateurs des services d'appui sont autorisés un jour par an à donner de leur temps pour participer à une **collecte des Restos du Coeur** dans un point de vente Intermarché.



Nous avons également signé un partenariat avec l'association **Nos Quartiers ont des Talents (NQT)**, afin de proposer aux collaborateurs des services d'appui volontaires d'accompagner un jeune diplômé issu de milieux modestes ou de quartiers prioritaires et de l'aider à franchir les étapes clés de son insertion professionnelle.

DEVIENS SAPEUR-POMPIER VOLONTAIRE

GROUPEMENT
Mousquetaires



Nous avons signé un partenariat (en discussion avec l'ensemble des entités en 2024, et déployé début 2025) avec la Direction générale de la Sécurité civile et de la Gestion des crises (DGSCGC), pour soutenir l'engagement des collaborateurs en tant que **sapeurs-pompiers volontaires** et leur permettre d'exercer leurs missions de secours et de protection des populations sur leur temps de travail, en leur accordant jusqu'à 10 jours d'absence rémunérés par an.



De multiples formations pour les collaborateurs des points de vente

ÉQUIPEMENT DE LA MAISON

Nous continuons de renforcer et de développer les compétences afin de professionnaliser notre relation client. Les collaborateurs des points de vente de bricolage peuvent ainsi retrouver, en accès libre et gratuit, les fondamentaux du métier, sur la plateforme de formation Brico Learn : l'accueil et la relation client en caisse, les clés de la vente avec la méthode BRICO, ou encore les 11 modules des fondamentaux du management. Nous continuons,

en parallèle, de développer des parcours certifiants, en collaboration avec l'OP commerce et nos partenaires de formation. Depuis 2024, les points de vente Bricomarché et Bricorama proposent un nouveau parcours certifiant « Conseiller et vendre avec les méthodes alternatives aux pesticides aux jardins des particuliers », permettant aux collaborateurs des rayons jardin d'orienter les clients vers des choix plus responsables, en cohérence avec l'engagement RSE des enseignes.

BRICOMARCHÉ **bricorama**
MAISON - JARDIN



3 100

collaborateurs formés



900

sessions de formation organisées directement en points de vente ou sur bases



33 %

des formations réalisées en distanciel avec un formateur (vs. 24 % en 2023)



Plus de 7 200

heures de connexion à Brico Learn

données au 31/12/2024



Intermarché **Netto**



11 483

collaborateurs formés, soit 11,2 % des effectifs



300

modules de formation en présentiel proposés aux collaborateurs des points de vente



500

ressources disponibles sur la plateforme e-learning



Plus de 8 500

heures de connexion

données au 31/12/2024



ALIMENTAIRE

Chacune de nos directions régionales est dotée d'un référent expert du développement RH, soutenu par un adhérent, afin d'assurer l'application de notre offre d'accompagnement : marque employeur, intégration, développement des compétences, qualité de vie au travail... Au quotidien, des formations complètes et sur mesure sont proposées à l'ensemble des collaborateurs des points de vente Intermarché et Netto, sur la plateforme e-Perform'. Des parcours spécifiques sont mis à disposition des managers et des directeurs de magasin, pour les sensibiliser à différentes thématiques (management, commerce, gestion, sécurité) et leur présenter les outils managériaux (trame d'évaluation annuelle).



MOBILITÉ

Dans un contexte de mutation du marché de l'automobile et du déploiement de nouvelles technologies, les collaborateurs des points de vente Roady et Rapid Pare-Brise ont accès, depuis 2023, à une plateforme e-learning.

Roady
CENTRE AUTO

Rapid
Pare-Brise



286

collaborateurs formés



250

formations en présentiel



83

modules de formation disponibles en distanciel pour les collaborateurs



3 822

sessions de formation, soit 86 % dispensées en digital

données au 31/12/2024



ACCOMPAGNER ET PROMOUVOIR L'ENTREPRENEURIAT

Chaque année, nous accompagnons les nouveaux chefs d'entreprise Mousquetaires dans la reprise ou la création de leur point de vente. Ils sont formés à la gestion et au pilotage de leur site, mais reçoivent aussi des formations sur la santé et la sécurité, l'économie circulaire, le climat et la RSE au sens large. Un accompagnement qui se poursuit, tout au long de leur parcours, ainsi que dans le cadre de leur fonction tiers temps au sein de nos services d'appui.

Au quotidien, nous faisons de l'entrepreneuriat un axe fort de notre politique marque employeur, en sensibilisant nos collaborateurs des fonctions d'appui à la création d'entreprise, puis en accompagnant ceux qui en développent le projet. En externe, nous continuons de recruter des futurs chefs d'entreprise à l'échelle nationale, via Franchise Expo Paris notamment, ou des événements régionaux (salons et forums).

INDICATEURS

Pourcentage de femmes et d'hommes dans l'effectif des cadres
(services d'appui, en 2024)

37,2 %	62,8 %
France	
51,3 %	48,7 %
47 %	53 %
45,9 %	54,1 %

En 2024, l'UDM a recruté 179 nouveaux chefs d'entreprise Mousquetaires dont 135 pour la France. Parmi eux :

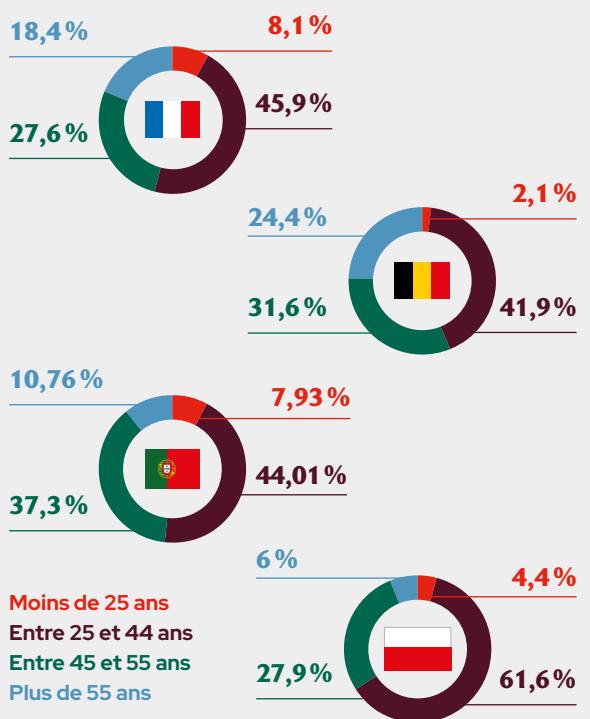
17 %
sont issus de l'externe

24 %
d'un point de vente

9 %
d'une enseigne concurrente

7 %
des services d'appui

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



LA FONDATION LE ROCH-LES MOUSQUETAIRES : CONSTRUIRE L'AVENIR, C'EST AGIR !

La Fondation Le Roch-Les Mousquetaires soutient l'entrepreneuriat depuis sa création en 1998. Elle accompagne les porteurs de projets, les start-up et les autoentrepreneurs 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 leur donner une chance supplémentaire de réussir. En 2024, 7 entrepreneurs ont rejoint la 6^e promotion du Club, alternant les périodes de coaching individualisé et les sessions de formation sur une période de six mois.



Convaincue que les valeurs de solidarité et de proximité constituent les piliers d'un engagement sociétal porteur d'avenir, la Fondation Le Roch-Les Mousquetaires agit dans la recherche et la santé auprès de l'Institut Pasteur, pour faire progresser la sécurité alimentaire. Très engagée en matière de civisme, elle est aussi le premier soutien des bénévoles de la Société nationale de sauveteurs en mer (SNSM) depuis sa création. Chaque année, elle consacre près de 200 000 euros à la modernisation de leurs équipements de protection et de secours.

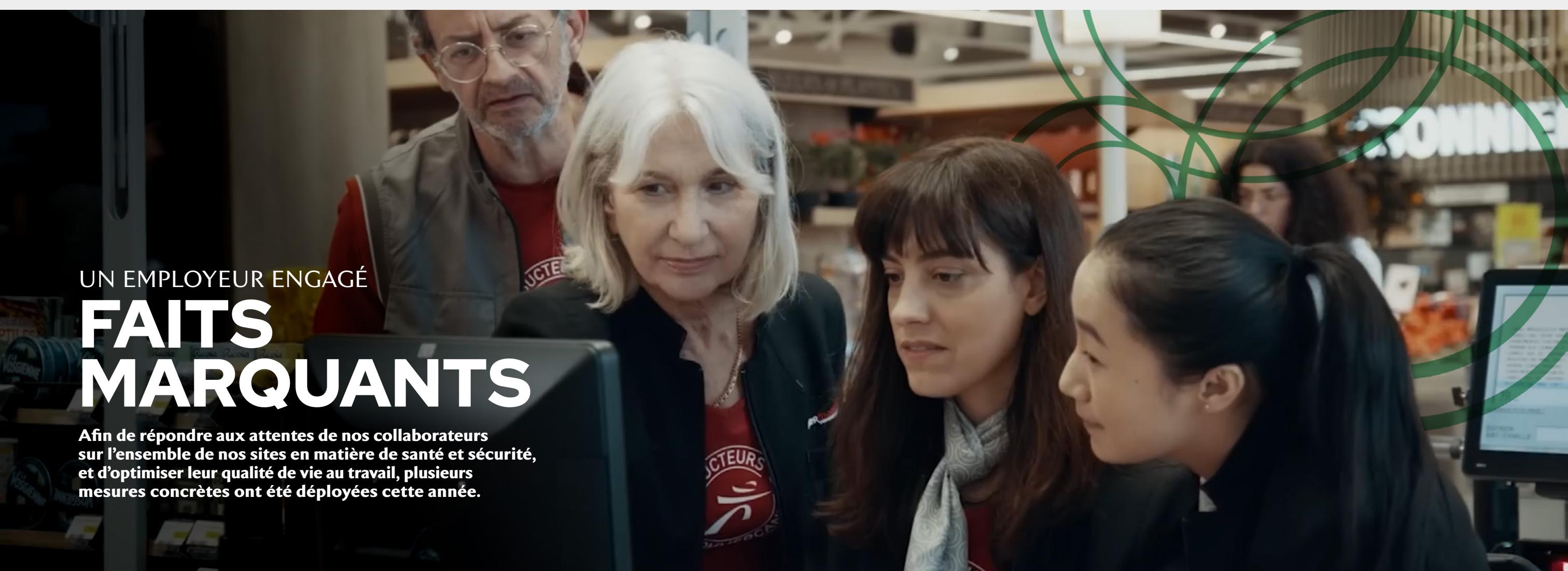
Enfin, la Fondation a signé, en début d'année 2025, un partenariat de premier plan et d'envergure, sur trois ans, avec la Fédération nationale des sapeurs-pompiers de France. Dans le cadre de cet engagement, elle contribue à la fourniture, dans 1 600 centres de secours à travers la France, de plus de 1 800 mannequins de secours et de sauvetage, des équipements essentiels pour l'apprentissage des gestes qui sauvent. Ils contribueront à former chaque année près de 28 000 jeunes sapeurs-pompiers, futurs acteurs du secours et de la protection des populations.



UN EMPLOYEUR ENGAGÉ

FAITS MARQUANTS

Afin de répondre aux attentes de nos collaborateurs sur l'ensemble de nos sites en matière de santé et sécurité, et d'optimiser leur qualité de vie au travail, plusieurs mesures concrètes ont été déployées cette année.



INNOVER

Handicap : un premier camion aménagé

Les équipes de la base logistique d'Erbrée, en collaboration avec Renault Truck, et soutenues par Handi Mousquetaires, ont mis en service, en 2024, un camion spécialement aménagé afin de répondre aux besoins spécifiques d'un conducteur en situation de handicap. Une marche adaptée et un système automatique d'attelage et de dételage lui offrent plus de confort, de sécurité et d'autonomie dans l'exercice de ses missions quotidiennes.

PRÉVENIR

Dépistage : Intermarché et Bricomarché luttent contre le cancer du sein

Depuis 2008, les enseignes Intermarché et Bricomarché en Pologne, accompagnées de la Fondation Le Roch-Les Mousquetaires, offrent une mammographie aux clientes et aux collaboratrices des points de vente, âgées de 45 à 74 ans. En 2024, 9 691 femmes ont été dépistées ; parmi elles, 244 ont été réorientées vers un diagnostic plus approfondi.



RECRUTER

Une campagne de communication pour recruter de nouveaux chefs d'entreprise

À l'occasion de la 43^e édition de Franchise Expo, une nouvelle campagne de communication axée sur les bonnes raisons de devenir Mousquetaires a été déployée par l'Union des Mousquetaires. Elle met notamment en avant l'implication des chefs d'entreprise dans le fonctionnement du collectif.

Groupement 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: Simon Bourcier, Clan d'œil, Vincent Colin, Denis Dalmasso, Didier Depoorter, Maxime Fourcade, Alain Goulard, Matthieu Joubert, Claire Lucet, Daniel Lutanie, Aurélien Mahot, Pierre Marchal, Vincent Ramet, GettyImages ©Wlad74, GettyImages ©llucky78, GettyImages ©borchee, GettyImages ©Drs Producoes, GettyImages ©Supersmario, GettyImages ©MD Shahjehan, GettyImages ©franckreporter

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



Ensemble, proches de vous

MAISON + JARDIN

UN SERVICE DE PRÉ-VENTE

Centre Auto

Mousquetaires

Mousquetaires