



Charte  
2010

# La Charte “Mousquetaires, partenaires des PME”

Renforcer nos liens pour réussir ensemble



## Dossier de Presse

Mardi 21 Septembre 2010

Contacts presse Les Mousquetaires :

Marie-Christine LAVAUX – 01 69 64 12 49 – [mclavaux@mousquetaires.com](mailto:mclavaux@mousquetaires.com)

Audrey POSTROS – 01 69 64 12 49 – [apostros@mousquetaires.com](mailto:apostros@mousquetaires.com)



# SOMMAIRE

## I. Communiqué de presse

1. Intermarché et les PME : un partenariat historique
  - 1.1 Une longue relation de confiance
  - 1.2 Des valeurs partagées
  - 1.3 Un partenariat engagé en 2005
  - 1.4 Plus de 5 000 partenaires actifs
  
2. Répondre aux attentes des PME aujourd'hui
  - 2.1 Intermarché : la preuve par cinq
  - 2.2 Les pratiques à l'épreuve du terrain
  - 2.3 Les points à renforcer
  
3. Pourquoi une nouvelle édition de la charte PME ?
  - 3.1 De nouveaux enjeux pour les PME
  - 3.2 Les 6 objectifs de la nouvelle charte 2010
  - 3.3 Les engagements pour « réussir ensemble »
  
4. La semaine portes ouvertes « Découverte PME »
  - 4.1 Favoriser les rencontres avec les consommateurs
  - 4.2 Un bilan très positif pour l'édition 2010
  - 4.3 Une opération renforcée en 2011

# Communiqué de Presse

---

## La Charte 2010 « Mousquetaires, partenaires des PME »

Depuis sa création, il y a plus de quarante ans, le Groupement des Mousquetaires s'est attaché à développer une relation de confiance avec les PME françaises, notamment dans le secteur agro-alimentaire. Les Mousquetaires ont décidé de formaliser le cadre de cette relation dans une charte éditée dès 2005. Cinq ans après, Les Mousquetaires franchissent une nouvelle étape en renouvelant et en renforçant encore leurs engagements. La nouvelle charte « *Mousquetaires, partenaires des PME* » capitalise sur cette culture du « réussir ensemble » et constitue la réponse du Groupement aux nouvelles attentes de ses partenaires.

**5000 PME partenaires engagés derrière la charte.** Les PME constituent le fer de lance de la stratégie commerciale des Mousquetaires : 80% des fournisseurs du Groupement sont des PME. Ces 5000 partenaires actifs conçoivent, développent et produisent plus de 90% des produits vendus sous marques propres et marques premiers prix. Les engagements pris de part et d'autre dès 2005 ont favorisé et encouragé le développement de pratiques communes qui facilitent les relations commerciales.

**Une nouvelle charte adaptée aux attentes des PME.** Pour redéfinir ses engagements, les Mousquetaires ont interrogé plus de 1000 PME partenaires afin d'identifier précisément leurs attentes et leurs besoins. Ces échanges ont permis de définir 6 objectifs prioritaires et d'arrêter 15 engagements précis. Ils constituent l'ossature de notre relation avec les milliers de petites et moyennes entreprises françaises qui nous accompagnent et dont nous favorisons le développement.

**L'opération *Découverte* renouvelée en 2011.** Parmi les 15 engagements repris dans la Charte, les Mousquetaires ont choisi de renouveler et de renforcer *l'Opération Découvertes* destinées à resserrer les liens entre les entreprises et les consommateurs. A cette occasion, des journées Portes Ouvertes seront organisées en région dans les entreprises partenaires. Lors de la précédente session, organisée en mars 2010, 4000 clients Mousquetaires avaient pu découvrir 300 entreprises locales ou régionales.

### *A propos des Mousquetaires*

*Avec près de 4 000 points de vente en Europe et un chiffre d'affaires de 32,7 milliards d'euros en 2007, Les Mousquetaires sont des acteurs majeurs de la grande distribution. Créé en France en 1969, ce Groupement d'indépendants fondé sur l'initiative privée recense aujourd'hui plus de 3 000 chefs d'entreprise indépendants et 130 000 collaborateurs. Les Mousquetaires sont également présents au Portugal, en Espagne, en Belgique, en Pologne et dans les Balkans. Ses enseignes sont : Intermarché, Ecomarché, Netto, Bricomarché, Véli, Roady et Restaumarché. Les Mousquetaires placent le consommateur au cœur de leurs préoccupations en lui assurant le meilleur rapport qualité prix.*

### **Contacts presse :**

Marie-Christine Lavaux (Les Mousquetaires) - Tél : 01 69 64 51 76 - Fax : 01 69 64 55 07

Audrey Postros (Les Mousquetaires) - Tél. : 01 69 64 12 49 - Fax : 01 69 64 55 07



# 1. Intermarché et les PME : un partenariat historique

## 1.1 Une longue relation de confiance

Les Mousquetaires ont toujours considéré les PME comme des entreprises partenaires. Les liens qui nous unissent aux petites et moyennes entreprises françaises ont en effet été établis dès la création du Groupement des Mousquetaires, il y a plus de 40 ans. Parce que les PME constituent le principal moteur économique et social de notre pays, le Groupement a toujours été convaincu qu'elles devaient être accompagnées dans leur développement. Elles constituent un contrepoids efficace face au risque d'uniformisation des goûts. Elles permettent enfin, grâce à la qualité des produits qu'elles conçoivent et qu'elles élaborent, l'expression de l'offre diversifiée dont nos magasins ont besoin.

## 1.2 Des valeurs partagées

Les liens qui unissent les patrons de PME aux Mousquetaires, patrons de leur propre point de vente, sont avant tout des liens qui rassemblent entre eux des chefs d'entreprises. La densité extrême du réseau de points de vente des Mousquetaires donne au Groupement un ancrage local particulièrement fort. Tout comme les responsables de PME, attachés à leur terroir et à leur région. Ces valeurs partagées viennent renforcer cette proximité naturelle, faite du même désir d'entreprendre, du même souci d'indépendance et de cette volonté commune de relever les mêmes défis économiques et sociaux. Les Mousquetaires demeurent persuadés du bien-fondé du « réussir ensemble ».

## 1.3 Un partenariat engagé en 2005

Une première charte, signifiant formellement les engagements des Mousquetaires envers les PME partenaires, a été rédigée et diffusée en 2005. Fruit d'une réflexion conjointe, elle a permis de bâtir un premier socle de pratiques communes formulées autour de 15 engagements précis. Ces engagements portaient notamment sur le développement économique des entreprises partenaires, la promotion de leurs produits en rayon, l'échange d'informations ou encore sur l'amélioration des relations commerciales.

## 1.4 Plus de 5 000 partenaires actifs

Cette première charte a permis de mettre en valeur le poids de notre relation : le Groupement des Mousquetaires compte aujourd'hui plus de 5000 partenaires PME actifs. Les engagements pris de part et d'autre ont favorisé et encouragé la signature de 1200 accords, conclus au niveau régional et national. Il a également mis en lumière le dynamisme de ces entreprises, qui constituent le fer de lance de la stratégie commerciale des Mousquetaires : 80% des fournisseurs du Groupement sont des PME. Elles conçoivent, développent selon nos cahiers de charge, et produisent plus de 90% des produits vendus sous marques propres et marques premiers prix. Elles représentent à ce jour plus de 50% du chiffre d'affaires des enseignes Mousquetaires.



## 2. Répondre aux attentes des PME aujourd'hui

### 2.1 Une démarche conjointe et concertée

Pour répondre au mieux aux attentes et aux besoins des PME partenaires des Mousquetaires, mais aussi pour dresser un premier bilan de la Charte 2005, le Groupement a interrogé plus de 1000 chefs d'entreprises et a réuni une cinquantaine de patrons pour une journée de travail afin d'échanger sur ces pratiques communes, sur leur évolution et enfin sur la manière d'enrichir encore cette relation. Les représentants de la « cellule PME » du Groupement ont écouté les remarques et les demandes de chacun des participants afin d'identifier les zones de progrès et d'évaluer la pertinence du maintien, de la rénovation, ou du renforcement des engagements pris en 2005.

### 2.2 Les pratiques à l'épreuve du terrain

Ce travail a tout d'abord permis de mesurer les points précis sur lesquels les relations entre Intermarché et les PME s'étaient développées et améliorées. Le Groupement est ainsi perçu comme un partenaire plus attentif qu'il y a 5 ans (+5 points par rapport à 2005). Au total, 87% des PME interrogées estiment satisfaisante la relation d'affaires qu'ils entretiennent avec Intermarché. Sur la place permanente accordée en région aux produits de petites et moyennes entreprises, 77% des responsables sollicités ont déclaré que celle-ci était satisfaisante (+20% par rapport à 2005). Concernant l'innovation, une proportion identique de chefs d'entreprise (77%) estime qu'Intermarché accorde un accueil satisfaisant aux nouveaux produits, soit 12% de plus en 5 ans. Un climat qui pousse les entreprises à investir : 57% des PME interrogées affirment envisager dépenser plus (57%) ou de manière identique (39%) pour innover dans les 3 prochaines années.

### 2.3 Les points à renforcer

En cinq ans, les attentes des PME se sont développées. Sur certains domaines précis, il est nécessaire qu'Intermarché prenne de nouveaux engagements, ou renforce ceux qui ont été déjà pris en 2005. Ces demandes, réaffirmées par les dirigeants de PME lors des groupes de travail, portent essentiellement sur l'appui au développement à l'international (72% des PME qui travaillent à l'exportation le font peu avec Intermarché), sur l'allongement du délai précédent l'exécution d'une décision de déréférencement et enfin sur le niveau d'informations fournies aux PME sur l'orientation des marchés. Ce sont ces points d'amélioration qui amènent aujourd'hui Intermarché à franchir une nouvelle étape dans sa relation avec les PME avec l'édition d'une charte réactualisée et renforcée.



### 3. Pourquoi une nouvelle édition de la Charte PME ?

#### 3.1 De nouveaux enjeux pour les PME

De nombreux progrès ont été accomplis depuis 2005. Mais l'évolution rapide du contexte économique et réglementaire impliquait une réévaluation des engagements pris à cette date, capables de répondre aux nouvelles attentes exprimées par les PME. En plus des attentes formulées par les dirigeants interrogés, les enjeux de la relation portent essentiellement sur la visibilité des produits dans les rayons, sur le référencement des produits à marques de distributeurs, la durée des contrats, l'aide au développement international, les mécanismes de promotion et le partage de l'information. Sur tous ces points, il était nécessaire de faire évoluer les engagements d'Intermarché vis à vis des PME.

#### 3.2 Les 6 objectifs de la nouvelle charte 2010

Fort de ces enseignements, Intermarché a décidé de réévaluer les engagements pris en 2005. La nouvelle charte 2010 a pour ambition de répondre au mieux aux besoins et attentes exprimés par les dirigeants de PME. Les engagements de la charte s'articulent autour de 6 grands objectifs :

- ✓ Favoriser le développement économique des PME
- ✓ Promouvoir les produits de PME auprès des consommateurs
- ✓ Renforcer l'accès des produits au rayon
- ✓ Améliorer les relations commerciales
- ✓ Améliorer la qualité de l'information délivrée au PME
- ✓ Assurer le suivi et la mesure de ces engagements

#### 3.3. Les engagements pour « réussir ensemble »

La nouvelle Charte 2010 est basée sur 15 engagements formels destinés à répondre à ces 6 objectifs. Sur l'accompagnement du développement économique des PME, le document réaffirme la place des PME au sein des points de vente Mousquetaires :

- ✓ **Le Groupement continuera à donner la priorité aux PME** dans le choix de ses fournisseurs de marques propres. Des groupes de travail seront constitués avec des représentants des PME afin d'échanger sur les bonnes pratiques des uns et des autres et d'étudier les opportunités communes de développement.
- ✓ **La visibilité des produits dans les points de vente sera renforcée** par la mise en avant de certains produits dans le cadre d'animations spécifiques. Elles seront relayées par la diffusion de prospectus spécifiques lors des grands moments commerciaux de l'année (Noël, Pâques...) et par la mise en place de balises « Produits de nos régions » dans les rayons.



- ✓ **Les produits de PME seront plus fréquemment intégrés aux programmes promotionnels** développés par les Mousquetaires, notamment dans le cadre des programmes attachés à la carte de fidélité des enseignes.
- ✓ **Les produits de PME seront intégrés dans les assortiments locaux et régionaux.** L'organisation par bassin de consommation mise en place dans le Groupement, qui doit favoriser et accélérer l'approvisionnement des points de vente, devrait permettre de donner une place satisfaisante aux PME fournisseurs.
- ✓ **Le développement des produits innovants sera encouragé.** Les Mousquetaires proposeront des tests d'implantation d'une durée de 6 mois dans les points de vente du Groupement pour les produits innovants conçus et développés par les PME.
- ✓ **Le développement des PME à l'international sera appuyé par le Groupement.** La charte 2010 prévoit la mise en place de rencontres destinées à faciliter les contacts et les échanges avec des représentants des différents pays Mousquetaires lors des réunions « pays » organisée par le Groupement.
- ✓ **La durée des contrats sera adaptée aux TPE.** La charte prévoit d'adapter au cas par cas la durée des contrats passés avec des TPE partenaires ou avec des PME en phase de lancement. Elle propose également des contrats pluriannuels lorsque les circonstances le permettent.
- ✓ **Un comité de conciliation sera mis en place pour prévenir et gérer les conflits éventuels.** Un cadre précis est prévu dans le document 2010 pour régler d'éventuels conflits commerciaux qui pourraient survenir dans le cadre de la relation avec un partenaire. Le Groupement mettra en place un comité de conciliation qui pourra être constitué d'une organisation représentant des PME et la direction des achats de l'enseigne.
- ✓ **L'accès aux informations de marché sera facilité.** La charte prévoit l'organisation de réunions d'information à l'attention exclusive des PME. Ces réunions permettront d'évoquer les évolutions constatées sur les grands marchés, la stratégie commerciale des enseignes Mousquetaires et les axes de développement à venir.
- ✓ **Des Informations sur la qualité et la sécurité des produits seront diffusées.** Des données sur les évolutions réglementaires concernant la sécurité alimentaire des produits seront mises à la disposition des PME partenaires par les ingénieurs des services Qualité du Groupement.
- ✓ **Les attentes des PME seront anticipées.** A travers la nouvelle charte, le Groupement s'engage à organiser périodiquement une enquête nationale afin de connaître et d'anticiper les attentes et les besoins des PME partenaires. Il s'engage enfin à diffuser les résultats de ces enquêtes auprès des PME.

## 4 La semaine portes ouvertes « Découverte PME »

### 4.1 Favoriser les rencontres avec les consommateurs

Toujours dans le cadre de ses engagements envers ses partenaires PME, le Groupement a entrepris de mettre en place périodiquement des semaines « Découvertes ». Dans ce cadre, les régions Mousquetaires participent activement à l'organisation d'opérations Portes Ouvertes dans les entreprises partenaires. Ces opérations, relayées dans les points de ventes des enseignes Mousquetaires, permettent de rapprocher les consommateurs des entreprises qui fabriquent et conçoivent les produits qu'ils achètent dans nos rayons.

### 4.2 Un bilan très positif pour l'édition 2010

La semaine Portes Ouvertes organisée du 29 mars au 3 avril 2010 a permis à 300 PME de faire découvrir leur entreprise aux consommateurs de leur région. Près de 4000 clients Mousquetaires ont pu découvrir ces entreprises. Les PME ont organisé des visites de site (25% des cas), des présentations détaillées de leur entreprise (22%), mais aussi des dégustations (25%) ou de la vente de produits (15%). Près de 85% des PME participantes souhaitent renouveler l'opération l'année prochaine.

### 4.3 Une opération renforcée en 2011

La charte PME 2010 prévoit le renouvellement périodique de ces opérations « découvertes », qui permettent de resserrer les liens entre les entreprises et les consommateurs. Conformément à cet engagement, l'opération sera renouvelée et renforcée en 2011. Les adhérents et les collaborateurs Mousquetaires en point de vente seront sensibilisés spécialement afin d'être mobilisés pour cette opération. Des campagnes médias seront également organisées au niveau local. Un mailing spécifique sera adressé aux porteurs de cartes de fidélité et une communication plus ciblée sera prévue sur les prospectus. Un guide des actions à mettre en place pour « *réussir ses journées portes ouvertes* » sera enfin diffusé auprès des entreprises participantes afin qu'elle puissent se mobiliser dans les meilleures conditions pour cette semaine découverte.



## Annexes / Chiffres clés

---



CA 2009 Intermarché France : 24,113 milliards d'€

Part de marché France : 12% (*périmètre PGC + Frais LS / HM + SM + HD + supérettes*)

Nombre de points de vente (à fin décembre 2009) : 2166

France : 1783 magasins

International : 450 points de vente

Portugal > 230 unités

Belgique > 72 unités

Pologne > 148 unités



CA 2009 : 1,102 milliard €

Nombre de points de vente : 383

Surface de vente : 600 ou 1000 m<sup>2</sup>

Pénétration : 4,5 millions de foyers fréquentent les magasins de l'enseigne au moins une fois par an.

Nombre de références par points de vente : entre 3000 et 4000 selon la surface

