



Dossier de Presse Recrutement

Devenez chef d'entreprise avec Intermarché

Mars 2011

Contacts presse :

Marie-Christine LAVAUX (Les Mousquetaires) - Tél. 01 69 64 12 49 – mclavaux@mousquetaires.com

Julie SEYMOUR (Les Mousquetaires) – Tél. 01 69 64 19 59 – jseymour@mousquetaires.com



Communiqué de Presse

Parc de Tréville, mars 2011

2011 : l'offensive Mousquetaires

Les Mousquetaires ont clôturé l'année 2010 sur un chiffre d'affaires global de 35 milliards d'euros. L'année 2011 sera celle de l'accélération du développement des nouveaux concepts : InterContact et InterExpress sur le segment de la proximité rurale et urbaine, Poivre Rouge, qui se substitue à Restaumarché, Netto, dont la nouvelle formule surperforme dans le hard-discount ou encore les entrepôts de bricolage discount Brico-Cash, actuellement en cours de déploiement. Pour accompagner tous ces grands projets, mais aussi pour assurer le développement de l'ensemble de ses enseignes (Bricomarché, Roady, Intermarché hypers et supers...) le Groupement prévoit de recruter de nombreux postulants, futurs chefs d'entreprise Mousquetaires, pour partager notre valeur d'interdépendance et réaffirmer notre position de leader de la proximité et des prix bas. Toute l'année !

« Nous avons tous les éléments pour construire les prochaines années dans la sérénité. Plus que jamais, nous jouerons notre rôle de défenseur du pouvoir d'achat. » Jean-Pierre Meunier, Président des Mousquetaires.

Au cœur de la vie quotidienne des consommateurs

Avec plus de 3 500 points de vente répartis en France et en Europe, les Mousquetaires se positionnent d'abord en acteur de la vie quotidienne. Toujours défenseurs des prix bas, les enseignes du Groupement soutiennent aussi la distribution de proximité. Avec un point de vente tous les 17 km en France, elles répondent chaque jour aux besoins du plus grand nombre : on peut se nourrir, se vêtir et prendre soin de soi chez Intermarché, l'enseigne généraliste aux 4 formats ; acheter au meilleur prix chez Netto ; équiper, transformer son foyer ou embellir son jardin avec Bricomarché ; réparer et entretenir sa voiture chez Roady ; et enfin se restaurer entre amis ou en famille chez Poivre Rouge (80 restaurants grill en France). Toutes ces enseignes sont soutenues par une organisation puissante, capable de maîtriser ses approvisionnements grâce à son outil industriel et d'assurer son autonomie logistique. Mais elle ne serait rien sans les valeurs autour desquelles se rassemblent les hommes qui la soutiennent et la font vivre. Les Mousquetaires sont d'abord des chefs d'entreprises indépendants qui ont choisi d'unir leur force pour se renforcer et croître. C'est cette interdépendance qui fait leur performance.

Des besoins de recrutement permanents

Pour soutenir sa stratégie de croissance, le Groupement des Mousquetaires soutient une politique de recrutement très active. Nos enseignes sont en effet en permanence à la recherche des hommes et des femmes prêts à s'engager pour développer les centaines de projets identifiés par nos équipes partout en France. **Notre présence au salon de la franchise répond en priorité à cet objectif : rencontrer ces futurs chefs d'entreprises et leur exposer les multiples opportunités qui s'offrent à eux chez les Mousquetaires.** Sur nos stands, les adhérents en charge du développement de chaque enseigne vont eux-mêmes à la rencontre des futurs postulants pour témoigner de la réalité de leur métier et relater leur expérience professionnelle, tant au sein de leur point de vente que dans les structures du Groupement.

L'organisation Mousquetaires

Constitué de chefs d'entreprise indépendants, le Groupement des Mousquetaires a de tout temps placé les hommes au cœur du dispositif. Maîtres de leur organisation et de leur destinée dans leur point de vente, les adhérents participent à la gestion de l'entreprise commune en s'impliquant 2 jours par semaine dans les instances décisionnaires du Groupement des Mousquetaires. Ces deux journées hebdomadaires, appelées « tiers temps », sont consacrées à la gestion quotidienne de l'enseigne à laquelle ils appartiennent, ainsi qu'à la préparation de son avenir. Cette organisation participative constitue la force du Groupement. Elle oriente naturellement la politique de recrutement vers des candidats impliqués et engagés, qui partagent ses valeurs d'indépendance. Les postulants ne sont d'ailleurs pas nécessairement issus de la distribution, de la restauration ou de la réparation automobile pour devenir Mousquetaires : ils doivent avant tout posséder un profil d'entrepreneur, être organisés, disposer de bonnes notions de gestion, avoir le sens du commerce et du contact, et, enfin, être capables d'encadrer et de manager une équipe de 15 à 20 personnes. Ce choix, qui se reflète dans la diversité des parcours de nos adhérents, constitue aussi notre richesse.

L'accompagnement, une spécificité du Groupement

Nous savons à quel point il peut être stressant de créer son entreprise. C'est pourquoi le Groupement a mis en place un programme de soutien et d'accompagnement pour les futurs adhérents : conseils bancaires, juridiques et techniques, bureau d'étude... L'objectif est d'apporter l'expertise et la connaissance des Mousquetaires à ces futurs entrepreneurs. Au-delà du soutien aux nouveaux adhérents, le Groupement propose un accompagnement individualisé tout au long de la carrière des chefs d'entreprise Mousquetaires sur les problématiques qu'ils sont susceptibles de rencontrer (recrutement, développement, rachat, retraites...) ainsi qu'une palette complète de services.

Des engagements réaffirmés en matière de développement durable

Les Mousquetaires ont mis en place une organisation et des procédures qui leur permettent de répondre aux exigences européennes en termes de qualité, d'hygiène, de sécurité, d'environnement et d'éthique. Des audits de fournisseurs et des plans d'autocontrôle sont réalisés en permanence par des équipes d'ingénieurs, spécialisés par métier, afin d'assurer et de garantir le meilleur niveau de service et de sécurité aux consommateurs. Les enseignes du groupement ont par ailleurs mis en place des programmes volontaires destinés à améliorer notre empreinte carbone. Sur une dizaine de sites pilotes, les Mousquetaires testent les technologies qui permettront de construire des points de vente plus performants sur les plans énergétique et environnemental, en prenant en considération les matériaux de construction, l'éclairage, le chauffage et la ventilation, la gestion du froid dans l'alimentaire, la conduite du chantier et l'orientation du bâtiment.

Les enseignes développent des gammes de produits responsables. L'offre alimentaire Intermarché propose par exemple 750 références de produits dits responsables, dont 150 en marques propres, produits de la Sélection Mousquetaires sous les appellations *Écologique*, *Biologique* et *Équitable*. Netto a lancé sa propre gamme en 2010. Bricomarché favorise de son côté la consommation durable grâce au dispositif de l'*Éco-Avantage*, qui encourage la consommation de produits respectueux de l'environnement. Il permet d'identifier une sélection de produits inscrits dans une démarche Éco-responsable (des produits aptes à économiser l'énergie, par exemple, ou les ressources telles que l'eau) puis de les promouvoir en offrant un avantage de 5 % du montant de l'achat sur la carte de fidélité.

Chiffres clés 2010

Chiffre d'affaires global carburant inclus : 35 milliards d'euros

Chiffre d'affaires unités de production : 3 milliards d'euros

Surface de vente : 5 170 000 m²

Nombre de points de vente : 3 519

Répartition du nombre de points de vente par pays :

France : 2867

Intermarché : 1 779

Netto : 365

Bricomarché : 517

Roady : 126

Poivre Rouge : 80

Portugal : 298

Intermarché : 231

Bricomarché : 35

Roady : 32

Pologne : 234

Intermarché : 160

Bricomarché : 74

Belgique : 76

Intermarché : 76

Zone Balkans (Enseigne Interex) : 44

Bosnie-Herzégovine : 24

Roumanie : 12

Serbie : 7

Kosovo : 1

A propos des Mousquetaires

Avec plus de 3500 points de vente en Europe et un chiffre d'affaires de 35 milliards d'euros en 2010, Les Mousquetaires sont des acteurs majeurs de la grande distribution. Créé en France en 1969, ce Groupement fondé sur l'initiative privée rassemble aujourd'hui plus de 3 000 chefs d'entreprise indépendants et 130 000 collaborateurs. Les Mousquetaires sont également présents au Portugal, en Belgique, en Espagne, en Pologne et dans les Balkans. Ses enseignes sont : Intermarché, Netto, Bricomarché, Roady et Poivre Rouge. 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

Julie Seymour (Les Mousquetaires) - Tél. : 01 69 64 19 59 – Fax : 01 69 64 55 07

Profitez de la puissance d'une enseigne leader

Avec près de 2 300 points de vente en France et à l'étranger, Intermarché compte parmi les grands leaders de la distribution européenne. Enseigne amirale du groupement des Mousquetaires en plein redéploiement, elle offre actuellement de réelles opportunités pour ceux et celles qui souhaitent sauter le pas pour reprendre ou créer leur propre entreprise sur un secteur en croissance. Plusieurs centaines de projets n'attendent que vous pour sortir de terre !

- ✓ **Une enseigne incontournable**
Intermarché est un leader de la distribution française et européenne. L'enseigne, qui génère 27,7 milliards de chiffre d'affaires, représente 13,1% de la distribution française. Nos 1 800 points de vente répartis sur l'ensemble du territoire nous rendent aujourd'hui incontournables. Ce maillage étroit constitue l'un des principaux atouts des Mousquetaires. La proximité et le prix, inscrits dans les gènes du Groupement, constituent les deux principales valeurs défendues par ses adhérents.
- ✓ **Un positionnement au cœur de la vie quotidienne**
« Améliorer la qualité de vie au quotidien en combattant tout ce qui coûte cher ». Fidèle aux « gènes » des Mousquetaires, l'enseigne du Groupement bénéficie d'un positionnement prix particulièrement offensif grâce à la performance de son organisation amont. Elle bénéficie de l'efficacité de son outil industriel, de son autonomie logistique et de son réseau de fournisseurs constitué de 5 000 PME partenaires. Ses 5 formats de point de ventes, adaptés aux attentes des consommateurs, bénéficient d'une offre régionalisée adaptée aux spécificités des bassins de chalandise.
- ✓ **Devenir chef d'entreprise avec Intermarché**
Pour couvrir ses besoins de développement de son parc de points de vente, Intermarché recrute en permanence de nouveaux adhérents. Ses différents formats (de 700 à 4 200 m²) offrent de très nombreuses opportunités d'engagement, dans toute la France, mais aussi en Europe. Chaque année, plusieurs centaines de nouveaux chefs d'entreprise, de tous horizons, choisissent de devenir Mousquetaires. Plusieurs centaines de projets n'attendent que vous pour sortir de terre !
- ✓ **Un accompagnement pas à pas**
Les Mousquetaires mettent tout en œuvre pour accompagner les postulants dans leurs démarches. Une formation spécifique permet de renforcer les compétences techniques et managériales dont ils auront besoin. Un réseau d'entraide se met naturellement en place entre adhérents : les nouveaux venus profitent du savoir-faire et de l'expérience des plus anciens, chargés de les accompagner dans la création de leur affaire. Une fois dans le Groupement, ils seront associés à toutes les décisions stratégiques, commerciales ou marketing, en consacrant une partie de leur temps à la gestion et au développement commun de l'enseigne. Chez les Mousquetaires, les adhérents sont en effet les patrons de leur propre enseigne et orientent eux-mêmes leur avenir.
- ✓ **Le support des Mousquetaires**
On ne présente plus les Mousquetaires. Né en 1969, ce Groupement d'entrepreneurs indépendants a écrit quarante ans de l'histoire de la distribution française et occupe aujourd'hui l'une des toutes premières places dans le paysage du commerce français. Le Groupement réalise 35 milliards d'€ de chiffre d'affaires et ses adhérents exploitent quelques-unes des plus belles enseignes françaises, d'Intermarché à Netto, en passant par Bricomarché ou Rody. En devenant adhérent, vous bénéficiez des prix Mousquetaires et de la puissance d'achat du Groupement.

1. Acteur d'un monde qui change

1.1 Les comportements de consommation évoluent

« Acheter juste » est devenu le credo adopté par les consommateurs en magasin. Les valeurs de proximité, de communauté locale et de transparence sont fortement réaffirmées. De la même manière, les notions de durabilité, de qualité et de responsabilité sont devenues, au même titre que le prix, des critères de choix pour un nombre croissant de Français. L'économie du « lien » prend le pas sur l'économie du « bien ». Nous nous efforçons de répondre à ces attentes. **Pour la troisième année consécutive, Intermarché a été désigné l'entreprise préférée des Français**, selon le baromètre Posternak-Margerit/Ipsos, avec 72% d'opinions positives.

1.2 La réponse d'Inter : les prix et la capacité d'achat...

La politique de prix bas d'Intermarché fait partie depuis toujours de la philosophie du Groupement. Symbolisée par la notion de « discount utile », elle est défendue par la marque dans son projet d'entreprise : « améliorer la qualité de vie au quotidien en combattant tout ce qui coûte cher ». Notre organisation est entièrement tournée vers cet objectif. En amont, grâce à la puissance de notre pôle industriel, qui, avec ses 60 usines, assure et garantit notre indépendance stratégique en matière d'approvisionnement vis à vis des grands groupes. Mais aussi et surtout grâce aux 5 000 PME partenaires actives avec lesquelles nous entretenons des liens de proximité sur lesquels nous nous sommes engagés en 2010, et qui représentent 80% des approvisionnements de nos 2 300 points de vente.

1.3 ... la puissance d'une logistique intégrée

La logistique Mousquetaires, totalement intégrée, constitue l'une des forces du Groupement au service des enseignes. Parmi les distributeurs indépendants français, les Mousquetaires sont les seuls à disposer d'un système d'approvisionnement indépendant et efficace : ITM Logistique International (ITM LI). 2ème logisticien de France avec plus de 2300 semis, ITM LI exploite 46 sites et emploie près de 10 000 personnes. Ainsi, plus de 770 millions de colis alimentaires et 50 millions de colis de marchandises générales transitent par ses bases ! Grâce à cette logistique intégrée, les Mousquetaires font de l'indépendance un atout stratégique pour leur développement.

1.4 ... la proximité avec des formats à taille humaine

2009-2010 a été l'année de la réorganisation de nos formats de magasins. Reflet de l'envie de proximité exprimée par les consommateurs, le volume d'affaires des supermarchés et des petits hypermarchés – format de prédilection d'Intermarché – a nettement progressé en 2010. Les attentes exprimées par les consommateurs confortent les choix stratégiques entrepris par les Mousquetaires : notre approche multi-format nous a permis de conforter nos positions tout en facilitant l'adaptation du positionnement et du format à l'ensemble des zones de chalandises.

2. Intermarché, la preuve par 5

2.1 Cinq formats de magasin pour couvrir tous les besoins

En 2009, les Mousquetaires ont modernisé leur identité visuelle et redéfini la segmentation des points de vente Intermarché. Les cinq formats retenus ont permis de gagner en efficacité et de donner plus de visibilité à la marque. Tous sont en fort développement et peuvent offrir de belles opportunités pour les postulants Mousquetaires. Ce nouveau découpage permet enfin de répondre à l'ensemble des besoins de nos clients sur tous les types de sites (ville, campagne, grand centre urbain), avec des concepts forts et identitaires :



Intermarché Hyper / Focus sur l'hyper choix : ce point de vente de 3 500 m² propose une gamme complète alimentaire (marques nationales, produits locaux et saisonniers) et non alimentaire très étoffée, avec des produits techniques, une offre de gros électroménager et de textile. Ce format se renforce sur les services grâce à un personnel spécialiste et formé aux différents produits et métiers du point de vente. **Avec 82 unités, ce format représentera 4,3% du parc de magasins d'ITM Alimentaire d'ici à la fin de l'année 2010.**



Intermarché Super « Généraliste » / Focus sur l'Offre : avec ses 2 500 m², le Super généraliste propose une offre équilibrée entre alimentaire et non alimentaire. Un positionnement cohérent grâce au travail réalisé sur les marques, et modernisé avec davantage de PGC, notamment en hygiène beauté et en parfumerie. **Avec 839 points de vente, ce format représente la moitié du parc de magasins d'ITM Alimentaire.**

Intermarché Super « Alimentaire » / Focus sur le libre service : sur les 2000 m² du point de vente en zone périurbaine, 90% de l'assortiment est consacré à l'alimentaire. Tous les rayons déclinent une offre en libre service, avec un accent mis sur le bio, la santé, les fromages d'appellation et le traiteur. **Avec 507 points de vente, ce format représente 26,4 % du parc de magasins d'ITM Alimentaire.**



Intermarché Contact / Focus sur le concentré et la proximité rurale : l'offre est concentrée sur 1 000 m², tout en gardant l'esprit convivial et le confort d'un commerce de proximité pour répondre aux besoins d'une clientèle rurale, familiale, modeste et âgée. Sur cette surface réduite, les gammes sont axées sur les marques propres. Avec 333 points de vente, ce format représente 18,2% du parc des magasins d'ITM Alimentaire et son développement rapide offre de belles opportunités de création ou de reprise.



Intermarché Express / Focus sur les services et la proximité urbaine : c'est le nouveau concept des Mousquetaires. Avec ses 700 m² en centre ville de grandes métropoles, ce magasin proposera une offre 100% libre service, composée de produits pratiques (prêts à consommer, à réchauffer..) et des produits plaisir avec un espace restauration. Du fait de sa localisation, le magasin devra proposer une amplitude horaire élargie, et des services telles que les caisses rapides et la livraison à domicile. **Ce format, en forte expansion dans les grands centres urbains, touchera les 30 % de la population qui résident en centre-ville, notamment en région parisienne.**

2.2 De nouveaux services pour les consommateurs

Toujours pour coller au plus prêt aux attentes des consommateurs, Intermarché a intégré de nouveaux concepts de ventes qui connaîtront des développements importants. Il s'agit de services associés que l'adhérent décide de mettre en œuvre dans son point de vente pour en accélérer le développement. Dans ce cas, il bénéficie de l'appui du Groupement dans sa démarche.

- ✓ **Cybermarché** : le site Intermarché.com rassemble une offre très large à des prix inférieurs de 10% à ceux de ses principaux concurrents. 160 000 livraisons à domicile sont réalisées chaque année via 167 points de vente qui proposent ce service.
- ✓ **Drive** : Intermarché dépose vos courses directement dans votre coffre ! Ce service permet de commander près de 9500 références sur le site intermarche.com, proposées aux mêmes prix qu'en magasin. Un choix est proposé sur le créneau horaire de retrait, au minimum 2h après la validation de sa commande sur Internet. La commande est livrée en moins de 5 mn dans le coffre, sans frais de préparation ni de livraison. Une quinzaine de Drive supplémentaires devraient être déployés d'ici la fin de l'année 2010.

Location de voitures : déployé depuis avril 2008, ce service permet aux consommateurs de bénéficier d'une flotte de véhicules clé en main, livrée directement au point de vente, et adaptée à tous les besoins: petites voitures, utilitaires, camions bennes. Un parc de plus de 1100 véhicules est disponible sur 290 points de vente.

3. Une offre en phase avec les attentes des consommateurs

3.1. Une offre adaptée au marché local

Pour renforcer notre stratégie de différenciation par format, notre organisation amont s'est structurée pour permettre aux magasins de régionaliser leur assortiment et d'adapter leur offre au niveau local. L'objectif : répondre aux demandes de proximité exprimées par les consommateurs et renforcer encore la différenciation des points de ventes selon les régions et les zones de chalandise. **Chez ITM Alimentaire, les services amont sont au service des points de vente.**

3.2. Des MDD fortes et repérables

Les enseignes d'Intermarché réalisent plus du tiers de leur chiffre d'affaires avec des produits aux marques du Groupement. Ces références, développées selon un cahier des charges extrêmement strict, permettent de différencier notre offre et de la proposer à prix Mousquetaires. Ces produits, toujours innovants, sont conçus et développés au sein des 60 usines de notre pôle industriel (2,9 milliards de chiffre d'affaires en 2010, 9^e groupe industriel français, 8 500 salariés). Ils sont commercialisés sous de nombreuses marques propres dont certaines bénéficient d'une forte notoriété, comme Jean-Rozé, Monique Ranou, Capitaine Cook ou encore Pâturages de France. Les MDD sont également développées et assemblées par les 5 000 PME partenaires avec lesquelles nous travaillons quotidiennement.

3.3. Une offre Bio et Écologique pour guider le consommateur

Intermarché propose une large gamme de produits écologiques ou biologiques à prix Mousquetaires. Dans le secteur de la nutrition, nous avons mis en place depuis juin 2009 un programme spécifique diffusé dans les points de vente sur la radio Fréquence Mousquetaires, aux heures d'écoute des clients et des collaborateurs. Chaque semaine, un thème de nutrition est abordé avec une nutritionniste de Défi Santé Nutrition, pour donner des repères et des conseils dans le choix des aliments.

3.4. Des engagements forts en matière de responsabilité sociale et environnementale

Intermarché s'attache à limiter ses prélèvements en ressources naturelles. Dans le domaine de la pêche (Les Mousquetaires possèdent le premier armement de pêche française), notre démarche responsable a été élargie à 6 espèces de poissons. Dans le secteur du bois, nous n'achetons que des bois certifiés, et nous avons adhéré en 2009 à un organisme de gestion durable des forêts. Sur le volet économique, les Mousquetaires ont signé de nombreux accords avec les fédérations professionnelles. Intermarché s'est récemment engagé auprès de la Fédération Nationale des Producteurs de Lait (FNPL) dans la démarche « Éleveurs Laitiers de France » afin de promouvoir l'origine de son lait premier prix « J'aime le lait d'ici ». Le groupement vend chaque année 500 000 tonnes de fruits et légumes et compte plus de 600 fournisseurs référencés sur ce marché, dont certains depuis plus de 20 ans. **La charte « Mousquetaires, partenaires des PME », qui définit nos engagement vis à vis de ces partenaires et dont la première édition datait de 2005, a été renouvelée en 2010.**

4. Des besoins en recrutement importants

4.1 Les Mousquetaires recrutent en permanence

Les enseignes Mousquetaires sont d'abord des enseignes de proximité. Le Groupement dispose aujourd'hui d'un point de vente tous les 17 kilomètres. Pour maintenir ce rapport, les Mousquetaires recrutent en permanence de nouveaux adhérents pour reprendre ou créer une entreprise. L'enjeu : créer ou reprendre de nouveaux points de vente pour maintenir et renforcer le maillage étroit du territoire français qui fait la force et la spécificité du Groupement. Les objectifs de déploiement d'Intermarché pour certains formats de magasin, comme les InterExpress ou les InterContact par exemple, impliquent des efforts de recrutement important de la part de l'enseigne.

4.2 Des projets qui n'attendent que vous !

Chaque année, plusieurs centaines de nouveaux chefs d'entreprise choisissent de devenir Mousquetaires. Les nouvelles règles d'ouverture de magasin et les mouvements de population offrent d'importantes opportunités de développement partout en France pour le discount de proximité. Nos équipes ont identifié plusieurs centaines de sites potentiels, en France et à l'étranger. Tous ces projets ont fait l'objet d'études de marché poussées et de prévisions d'exploitation prometteuses et sont susceptibles de connaître un développement important et rapide. Plusieurs dizaine d'entre eux sont prêts à sortir de terre : ils n'attendent que leurs futurs adhérents !

4.3 Le profil idéal : entrepreneur et volontaire

Le meilleur profil pour ouvrir ou reprendre un Intermarché ? Être sensible à l'univers de la distribution constitue évidemment un sérieux atout. C'est un métier qui évolue très vite, il faut donc se tenir informé des évolutions. Toutefois, l'origine des adhérents Intermarché demeure très diverse et constitue aussi la richesse d'Intermarché. Les postulants doivent avant tout être entrepreneurs dans l'âme, organisés, disposer de bonnes notions de gestion, avoir le sens du commerce et du contact, et enfin être capables d'encadrer et de manager une équipe. Les conditions pour l'adhésion sont simples : il faut avoir une expérience professionnelle significative, un âge compatible avec un emprunt bancaire de financement du projet de création ou de reprise d'un point de vente sur une durée moyenne de retour sur investissement de 10 ans après ouverture, et enfin disposer d'un apport personnel en biens propres de 90 000 €.

Vous pouvez faire acte de candidature quelle que soit votre situation personnelle : marié, concubin, célibataire, veuf ou divorcé. Toutefois, certains engagements demandés à nos adhérents, comme la codirection des structures communes, sont plus simples à assumer lorsque la responsabilité de l'entreprise est partagée. Dans tous les cas, le Groupement propose aux postulants sélectionnés un appui technique et humain pendant la phase de lancement, ainsi qu'un cycle de formation complet.

4.4 Pas de droit d'entrée

Aucun droit d'entrée n'est exigé pour créer ou reprendre un Intermarché. Le montant de l'apport personnel – à partir de 90 000 € selon la taille des points de vente - sert à financer le capital et à alimenter le compte courant de l'entreprise. Le coût du second œuvre est généralement financé par l'emprunt bancaire. Cet investissement permet non seulement au nouvel adhérent de devenir chef de sa propre entreprise en toute indépendance, mais également de participer activement à la vie de l'enseigne en étant directement associé aux choix qui engagent son développement et son avenir.

4.5 Le parcours du postulant

Une fois le dossier de candidature déposé auprès du Groupement, les différentes étapes qui jalonnent le parcours du futur Mousquetaire permettent de mesurer la bonne adéquation entre le projet des candidats et la création d'un Intermarché. Elles se décomposent en 3 temps :

- ✓ La candidature : des chefs d'entreprise Mousquetaires recevront à trois reprises les candidats.
- ✓ Les candidats qui auront fait acte de candidature passeront une journée entière d'information au siège du Groupement et accompagneront un chef d'entreprise Mousquetaires pour une période de découverte dans son point de vente. Au programme : gestion des stocks, management, suivi comptable, résolution de problèmes etc. Enfin, un dernier entretien permettra aux candidats d'obtenir les dernières informations utiles pour décider s'ils poursuivent, ou non, leur démarche.
- ✓ Les candidats présentent leur candidature devant un conseil de chefs d'entreprise Mousquetaires, qui officialisent l'entrée des postulants dans le cercle...

4.6 L'accompagnement : une valeur Mousquetaires !

Les chefs d'entreprise Mousquetaires savent à quel point il peut être difficile de créer son entreprise. C'est pourquoi le Groupement a mis en place un programme de soutien et d'accompagnement pour les futurs adhérents : conseils bancaires, juridiques et techniques, bureau d'étude... L'objectif est d'apporter l'expertise et la connaissance des Mousquetaires à ces futurs entrepreneurs. Au-delà du soutien aux nouveaux adhérents, le Groupement propose un accompagnement individualisé tout au long de la carrière des chefs d'entreprise Mousquetaires (recrutement, développement, rachat, retraites...) ainsi qu'une palette complète de services :

- ✓ Un accompagnement dans le montage des dossiers de financement, pour obtenir les meilleures conditions financières des partenaires bancaires.
- ✓ Une aide dans la prospection de terrains et les études de marché pour identifier les meilleures implantations.
- ✓ Des conseils dans la conception et la construction des magasins, afin d'avoir les coûts d'investissement les plus bas possibles tout en respectant l'identité visuelle du groupe.

- ✓ Un service des Achats performant afin de diminuer les coûts de matériels et consommables, ainsi que les charges d'exploitation.
- ✓ Des assurances spécialement étudiées pour répondre aux impératifs métiers. Un service interne préconise les moyens de prévention et de protection contre les risques majeurs (incendie, tempête...) et les risques de fréquence (vols, dégâts des eaux...).
- ✓ Un système informatique géré par la STIME (filiale informatique du Groupement des Mousquetaires).
- ✓ Un conseil pour les campagnes de publicité.

Lors de l'ouverture, ce sont des adhérents Intermarché, proches géographiquement, qui aideront le nouveau venu et le soutiendront pour ces premiers pas. Ils resteront aux côtés du « novice » le jour « J », et pendant les deux semaines suivantes, pour l'épauler et donner les derniers conseils. Plus tard, une fois l'expérience acquise, le postulant d'hier deviendra le référent d'un nouvel entrant... Indépendant, mais jamais seul : c'est ça, l'esprit Mousquetaires !

4.7 Une formation technique

Le Groupement propose aux nouveaux adhérents une formation d'une durée minimale de 4 mois et demi, afin de renforcer leurs connaissances techniques, commerciales et managériales. Elle leur permet également de se familiariser avec les méthodes du Groupement en termes d'approvisionnements, de gestion ou d'organisation.... Les équipes de techniciens du futur Intermarché bénéficient également d'une formation technique initiale.

5. Les Mousquetaires, un esprit à part

5.1 L'Homme au centre

La devise du Groupement des Mousquetaires tient dans cette citation de Jean Bodin : « *il n'est de richesse que d'Hommes* ». Peu d'entreprises de cette taille peuvent se prévaloir d'une organisation réellement participative et se targuer d'associer autant de personnes à la prise de décision politique, même au plus haut niveau. Le principe qui sous-tend l'ensemble de la stratégie des Mousquetaires est en effet celui de « l'indépendance dans l'interdépendance » : chaque Mousquetaire est un chef d'entreprise indépendant, qui bénéficie de la force du groupe pour se développer lui-même et faire avancer le Groupement dans son ensemble. L'indépendance des points de vente, ajoutée à celle des unités de production ou de la logistique, montre que le Groupement des Mousquetaires fait de cette maxime une réalité au quotidien, et un atout majeur pour son développement futur.

5.2 Des chefs d'entreprise indépendants maîtres de la stratégie

Dès sa création, en 1969, le Groupement des Mousquetaires a adopté une organisation et un fonctionnement atypiques. En effet, chacun des « adhérents » participe directement à la direction du Groupement par l'intermédiaire du « tiers temps ». Cela signifie que 2 jours par semaine,

chaque adhérent participe aux décisions et aux choix stratégiques en occupant une fonction spécifique au sein d'une des filiales du Groupement aux niveaux international, national ou régional. Chacun des adhérents a ainsi son mot à dire quant au développement du Groupement. Sur les salons de recrutement, par exemple, ce sont les adhérents chargés du développement qui vont eux-mêmes à la rencontre des futurs postulants pour témoigner de la réalité de leur métier. Ils témoigneront de leur expérience professionnelle, tant au sein de leur point de vente que dans les structures amont, grâce à la mécanique du tiers temps. Un partage d'expérience unique. Cette organisation participative constitue la force du Groupement. Elle incite ses membres à recruter des adhérents impliqués et engagés, qui partagent ses valeurs d'indépendance.

5.3 Le « tiers temps », un investissement commun

Tout en étant indépendants dans leur point de vente, les adhérents participent à la gestion de l'entreprise commune en s'impliquant 2 jours par semaine dans les instances décisionnaires au sein des filiales du Groupement des Mousquetaires. Ces deux journées hebdomadaires, appelées le « tiers temps », sont consacrées à la gestion quotidienne de l'enseigne, ainsi qu'à la préparation de son avenir. Les décisions qui sont prises dans ces instances communes le sont de façon collégiale et concertée, et restent inspirées par le terrain. En fonction de leurs centres d'intérêts, les adhérents peuvent choisir de participer à l'élaboration de la stratégie d'Intermarché au sein de l'un des 4 pôles en charge d'une « fonction » spécifique de la vie de l'enseigne : l'achat-vente, le marketing, le développement ou la gestion. Les adhérents sont secondés dans leur tâche par une équipe de permanents affectés à l'un de ces pôles. Ces derniers préparent les dossiers et proposent un certain nombre de recommandations. Mais ce sont toujours les adhérents qui tranchent en dernier ressort. Les instances dirigeantes sont regroupées par région (le territoire français est découpé en 8 régions). Certains adhérents peuvent également faire le choix d'exercer leur tiers temps au niveau régional.

5.4 Des prises de décision collectives

A chacun de ces échelons, des dirigeants de points de vente prennent les décisions nécessaires pour assurer la pérennité du Groupement. Chaque adhérent, quelle que soit son ancienneté ou son expertise dans un domaine donné, effectue son tiers temps et participe ainsi à la prise de décision collective. Il a enfin la possibilité de devenir « associé », et d'intégrer ainsi la Société Civile des Mousquetaires (SCM). Ce faisant, il devient actionnaire de l'entreprise commune et copropriétaire du Groupement des Mousquetaires.

Intermarché en chiffres

- ✓ Création : 1969
- ✓ Nombre de points de vente : 2 300 dont 1800 en France
- ✓ Chiffre d'affaires 2009 : 27,7 Milliards d'€
- ✓ Part de Intermarché: 13,1 %

Les conditions d'accès au réseau Intermarché

- ✓ Apport personnel minimum : à partir de 90 K€ selon la taille du point de vente
- ✓ Niveau d'investissement : variable selon la taille du point de vente
- ✓ Droit d'entrée : Néant

Les Contacts utiles

Union des Mousquetaires

Serge CHEVALIER

Responsable Service Recrutement Mousquetaires

Parc de Treville

2, Allée des Mousquetaires

Téléphone : +33 (0)1 69 64 23 47

Fax : +33 (0)1 69 64 23 63

E mail : schevalier@mousquetaires.com

Site Internet : www.Devenir-mousquetaire.com