



Dossier de Presse Recrutement

Rejoignez Netto et créez votre entreprise

Mars 2011

Contacts presse :

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

Audrey POSTROS (Les Mousquetaires) – Tél. 01 69 64 19 49 – apostros@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, Netto...) 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 complexe et excitant 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

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

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

Netto, le hard-discount puissance Mousquetaires

Le hard-discount se concrétise chez les Mousquetaires avec l'enseigne Netto. Sur une surface de 650 à 1 000 m², Netto a su se démarquer grâce à son nouveau concept au design et au décor moderne tout en profitant d'un positionnement prix très clair : Netto propose une offre de qualité concentrée sur les besoins alimentaires courants (1 besoin = 1 produit). Le développement de l'enseigne pousse aujourd'hui ses équipes à recruter de façon massive dans toutes les régions de France. Plusieurs dizaines de projets sont prêts à être lancés.

✓ Une enseigne incontournable

Avec ses 365 points de vente, Netto conjugue les avantages du supermarché de proximité aux fondamentaux du hard discount. Grâce à son outil promotionnel original basé sur une mécanique permanente de lots virtuels portant sur 50% de l'offre magasin, et qui permet au consommateur d'engranger des remises en augmentant ses achats, Netto affiche l'une des meilleures performances prix de l'ensemble de la distribution française.

✓ Une enseigne performante

Le nouveau concept Netto enchaîne, depuis son lancement à la fin de l'année 2009, un parcours sans faute. Le volume d'affaires affiche une croissance à deux chiffres et les performances au m² figurent parmi les meilleures de la distribution française. Son déploiement rapide a enfin permis d'accroître la base de clientèle et le taux de pénétration.

✓ Devenir chef d'entreprise avec Intermarché

Pour couvrir les besoins de développement de son parc de points de vente, Netto recrute en permanence de nouveaux adhérents. L'enseigne offre par conséquent de très nombreuses opportunités d'engagement, dans toute la France. Chaque année, plusieurs centaines de nouveaux chefs d'entreprise, de tous horizons, choisissent de devenir Mousquetaires. Chez Netto, plusieurs dizaines de projets, pour lesquels les études de marché ont déjà été réalisées, 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 Netto 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 Roady. En devenant adhérent, vous bénéficiez des prix Mousquetaires et de la puissance d'achat du Groupement.

1. Netto, 100% hard discount

1.1 La petite enseigne qui monte

Depuis son lancement, en décembre 2009, Netto a pris de la hauteur. En 2010, l'enseigne hard discount des Mousquetaires est la seule dont la part de marché a progressé (avec celle d'Intermarché !) sur l'ensemble des circuits de distribution français (source panel distributeur). Le nouveau concept, baptisé *Nouveau Netto*, s'impose progressivement sur l'ensemble du parc de magasins et s'affirme dans le paysage français. Avec ses 365 points de vente, c'est incontestablement l'enseigne qui grimpe. Elle s'appuie sur un concept simple – une offre de produits de qualité répondant aux besoins alimentaires courants (1 besoin / 1 produit) proposés en « prêts à vendre » – et une mécanique promotionnelle originale, qui affiche sa vocation : « plus j'achète, moins c'est cher ». Avec un objectif clair : proposer des prix bas tous les jours de l'année sur près de 2000 produits de fonds de rayon.

1.2 Le chaînon manquant de la distribution

Les nouveaux Netto constituent le « chaînon manquant » de la distribution : ils conjuguent les avantages du supermarché de proximité aux fondamentaux du hard discount. Les points de vente Netto s'expriment sur deux formats : 650 et 1 000 m² pour 4 000 références maximum. Ces derniers intègrent une offre de fruits et légumes et de produits frais, qui représente environ 35% de l'assortiment. Le concept Netto propose également dans l'ensemble de ses rayons une offre de marques nationales (550 références environ). Le reste de l'assortiment est constitué de produits vendus à la marque de l'enseigne, qui compte plus de 2 000 références et pour laquelle Netto a adopté une stratégie prix différenciée. Les 400 produits psychologiques (comparables avec d'autres enseignes) sont systématiquement alignés sur les prix les moins chers du marché. Sur les produits à marques nationales, les politiques de prix sont régionalisées afin de coller au mieux à la réalité du marché local.

1.3 Une marque qui s'affirme

La marque Netto constitue un véritable relais d'image et de notoriété pour l'enseigne. Elle regroupe plus de 2 000 références et bénéficie d'une charte graphique, repérable sur toutes les références. Cette charte intègre un bloc information sur lequel la marque s'engage en toute transparence, un étiquetage fiable et complet et une garantie sur la qualité du produit. Un service consommateur dédié a, par ailleurs, été mis en place afin de prendre en charge les réclamations de nos clients. La marque de l'enseigne a enfin été **la première marque de hard discount à bénéficier d'une campagne télévisée nationale**, diffusée aux heures de grandes écoutes.

1.4 « Plus j'achète, moins c'est cher » : une mécanique promotionnelle originale

Netto a réinventé la politique du prix bas tous les jours de l'année. Cette mécanique de lots virtuels est adaptée selon les différentes catégories de produits achetés pour coller au mieux aux besoins des consommateurs. Cette offre promotionnelle conditionne l'obtention d'une remise dès le premier achat sur un nombre déterminé ou non de produits (MDD ou marques nationales) présentés séparément. Ce système, qui porte en permanence sur 1 500 à 1 800 produits de fond de rayon,

offre par ailleurs l'avantage de limiter les suremballages habituellement utilisés pour les lots. Chaque semaine, une animation promotionnelle spécifique (dont 15 relayées sur prospectus), calée sur ce modèle, permet de ristourner une quarantaine de produits supplémentaires. En point de vente, les lots virtuels bénéficient de remises immédiates en caisse.

1.5 Le bénéfice de la puissance d'approvisionnement du Groupement

Une part importante des achats des magasins Netto est effectuée directement auprès des bases alimentaires Mousquetaires, auprès de fournisseurs référencés régionalement, ou encore directement auprès des unités de production du Groupement. ITM Entreprise possède en effet une cinquantaine de sites où sont confectionnés des produits de boulangerie-pâtisserie, des produits laitiers, des surgelés, des produits de la mer ou carnés. Cet ensemble, qui réalise 2,9 milliards de chiffre d'affaires, place les Mousquetaires au neuvième rang des entreprises industrielles françaises. Il permet aux enseignes des Mousquetaires de garantir leur indépendance d'approvisionnement face aux grands groupes. Cette stratégie d'intégration a par ailleurs permis de constituer des pôles industriels particulièrement puissants. Un atout dont bénéficie directement Netto, et qui se traduit dans les prix proposés en points de vente.

1.6 Une logistique intégrée

La logistique Mousquetaires, totalement intégrée, constitue également 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.

1.7 Netto, la seule enseigne du Hard Discount qui communique en TV.

En septembre 2010, Netto a lancé 1 campagne TV fondée sur la formule : « Plus j'achète, moins c'est cher ». Une Saga reconnue par les clients.

2. Netto recrute pour accompagner sa croissance

2.1 Des projets prêts à sortir de terre

Pour accompagner cette stratégie de croissance, Netto a des besoins de recrutement important dans chacune des grandes régions de France. Plus d'une cinquantaine de projets de reprise ou de création de magasins, dont certains sont prêts à sortir de terre, n'attendent plus que les chefs d'entreprise qui sauront les développer. Ces projets ont été retenus car ils sont susceptibles de connaître un développement important et rapide. Ils sont répartis de façon à peu près homogène sur l'ensemble du territoire.

2.2 Le profil idéal : entrepreneur et volontaire

Le meilleur profil pour ouvrir ou reprendre un Netto ? Être sensible à l'univers de la distribution constitue évidemment un sérieux atout. C'est un métier qui évolue très vite et il faut donc se tenir informé des évolutions. Toutefois, l'origine des adhérents Netto demeure très diverse et constitue aussi la richesse du Groupement. 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 70 000 €.

Vous pouvez faire acte de candidature quelque 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.

2.3 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 70 000 € 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.

2.4 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...

2.5 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 des Mousquetaires).
- ✓ Un conseil pour les campagnes de publicité.

Lors de l'ouverture, ce sont des adhérents Netto, proches géographiquement, qui aideront le nouveau venu et le soutiendront pour ses 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 !

2.6 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.

3. 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 hommes 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 de 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 affectée 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, quelque 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.

Netto en chiffres

- ✓ Nombre de points de vente : 365
- ✓ Chiffre d'affaires : 1,1 Milliards d'€
- ✓ Chiffre d'affaires au m² : 5 500 €

Les conditions d'accès au réseau NETTO

- ✓ Apport personnel minimum : à partir de 70K€ 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