



UNE LOGIQUE D'ENGAGEMENTS, D'ACTIONS ET DE COMBATS POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE



Depuis 2012, Membre du
COLLECTIF GÉNÉRATION RESPONSABLE®

Depuis 2015, enseigne engagée et labellisée
ENSEIGNE RESPONSABLE®

Depuis 2019, Intermarché, Bricomarché
et Bricorama sont labellisés
COMMERÇANT RESPONSABLE®

Membre fondateur de l'opération
ENSEMBLE POUR LE CLIMAT.

Nos activités de producteurs et commerçants nous placent à la croisée de nombreux défis et nous mettent en lien avec de multiples parties prenantes, des producteurs aux consommateurs en passant par les élus et les associations. Nous nous sommes développés, en déployant une démarche de développement durable en phase avec notre vision et nos valeurs, avec notre pragmatisme et nos spécificités.

Sur les trois dimensions du développement durable (économique, environnemental, sociétal), notre démarche est structurée autour de trois priorités : nos clients, nos collaborateurs et les territoires.

À l'écoute de nos parties prenantes, nous menons les "combats du mieux" : "mieux consommer" en donnant une information transparente et en sensibilisant, "mieux produire pour mieux manger" en améliorant la qualité des produits et la traçabilité tout en maîtrisant les filières, "mieux se déplacer" en entretenant et en réparant les voitures, "mieux vivre" en portant une attention constante à nos collaborateurs et en augmentant l'offre de produits responsables. Grâce à l'engagement de chacun, nous avons atteint nos objectifs sur nos premiers plans d'action et en avons lancé de nouveaux, plus ambitieux.

Nous vivons dans un monde à plusieurs vitesses, la crise que nous venons de vivre va accélérer les choses. Nous devons prendre en compte de nouvelles attentes et des déséquilibres qui s'accroissent. Notre futur, c'est vraisemblablement moins de carbone, une répartition de la population urbaine et rurale qui s'inverse... Ce sont des consommateurs en recherche de produits plus sains et respectueux de la planète et des producteurs. Nos activités vont donc être impactées, qu'elles soient liées à l'automobile, au bricolage ou à l'alimentation. Et si les combats à mener demain s'inscrivent dans la continuité de ceux d'hier, le temps pour les gagner est, pour certains, désormais compté. Afin de participer à ces changements, nous poursuivrons donc notre développement en acteur responsable, transparent et engagé en faveur de modes de vie durables.



Engagés depuis plusieurs années dans des combats en faveur du "mieux consommer", les Mousquetaires font évoluer leur offre de

produits vers toujours plus de qualité, en phase avec les valeurs sociales et environnementales actuelles.

Les Mousquetaires ne se sont pas contentés de mettre en place des cahiers des charges produits exigeants.

Depuis 2008, la mise en place du Nutripass et le lancement d'une démarche de filière responsable sur le bois tropical puis l'huile de palme et plus récemment le Franco-score, le Groupement travaille avec ses fournisseurs dans une démarche permanente de transformation et de progrès. Les Mousquetaires souhaitent le démontrer en lançant plusieurs actions : un renforcement des exigences, des partenariats sur



du long terme, une traçabilité totale et visible de la fourche à la fourchette et des fournisseurs engagés avec eux.

1. Grâce à des partenariats sur le long terme (jusqu'à douze ans pour le porc bio par exemple), à des circuits raccourcis et à une meilleure répartition de la valeur, les pratiques agricoles, la protection de l'environnement et de la santé peuvent progresser et les revenus des producteurs peuvent évoluer. C'est le cas avec la démarche "Les éleveurs vous disent MERCI !", cette marque coconstruite avec les éleveurs partenaires a été lancée en 2018 pour mieux les rémunérer. Grâce à l'organisation en circuit court avec les Mousquetaires, la moitié du prix d'une brique vendue 0,88€ leur est reversée, soit un montant de 1,5 million d'euros en plus pour l'ensemble des 231 producteurs concernés.

2. Le Groupement a lancé une approche d'exploration de la transparence et de la conformité en partenariat avec la société de contrôle SGS et la plateforme Transparency-One sur des chaînes d'approvisionnement telle que la filière agriculture biologique ou sur des filières intégrant des matières premières (fruits et légumes, poulet, porc, boeuf, oeuf, coton...). Ce sont 512 fournisseurs de rang 1 qui sont engagés dans cette démarche.

3. Des fournisseurs et des sous-traitants responsables qui doivent :

- Respecter les référentiels qualité, sécurité alimentaire, sociaux et environnementaux reconnus associant la formation des acheteurs et une évaluation régulière des fournisseurs et de leurs sous-traitants.
- Signer et mettre en œuvre la "Charte pour des achats responsables" Élaborée en 2015, elle les engage à progresser dans le respect de 15 engagements qui portent aussi bien sur la gouvernance et les pratiques sociales (santé et sécurité au travail, diversité...) que sur l'environnement et l'ancrage territorial.
- Respecter le code de conduite sur des conditions sociales acceptables dans les zones d'achat à risque. Mis en place en 2000, ce code a été remis à jour en 2011, en adhérant au Business Social Compliance Initiative.

- S'engager à mettre en œuvre des chartes d'engagements responsables partagées autour de 46 matières premières à risque en lien avec la déforestation, le bien-être animal et la protection des ressources maritimes.

LABEL ENSEIGNE RESPONSABLE, UNE DÉMARCHÉ COLLECTIVE

Nous aimons les challenges, et l'engagement que nous avons pris il y a déjà 3 ans, était non seulement de continuer à nous fixer des objectifs pour progresser mais aussi participer et partager la construction d'une démarche collective avec les enseignes du Collectif Génération Responsable.

Ce label est maintenant bien en place, adopté par de nombreuses marques d'enseignes et s'inscrit dans le programme des nombreuses actions mise en place par le club comme la Cop 21, plus récemment l'opération Ensemble pour le climat et aussi le Label Point de Vente Responsable.

La reconnaissance des deux labellisations passera par une démarche robuste qualifiée par un référentiel reconnu par le Cofraq, une adhésion par les parties prenantes externes mais aussi proposée à l'extérieur des enseignes du Collectif.

Il n'y a pas d'équivalent dans ce domaine pour nos enseignes, nous devons aller vite, nous avons tout pour réussir.



Jean Marc L'huillier
Président Direction
développement durable
Groupement
Les Mousquetaires