



Les Mousquetaires : un recrutement interactif

vendredi 29 juin 2012, par [lpe](#)

Chaque année « les Mousquetaires » recrutent près de 400 nouveaux adhérents. Pour y parvenir, l'enseigne organise des sessions d'information tous les trois mois. La dernière en date avait lieu le 18 juin dernier à Anais, en Charente.

« Les mousquetaires de la distribution ». Un slogan connu depuis bien des années par les consommateurs, met en évidence la volonté du groupe de pourfendre les prix trop hauts et les qualités trop basses. Cette volonté de vérité dans les deux premières exigences de sa clientèle, Intermarché se l'applique à lui-même dans sa politique de recrutement de ses adhérents. Il s'agit des futurs responsables de magasins de ses enseignes, tous indépendants mais fortement soutenus par le groupe tant dans la phase de création que dans la gestion courante. Si bien que le taux de réussite est des plus flatteurs puisqu'il flirte avec les 90 %. Pour y parvenir, le groupe a mis en place une forme de recrutement dynamique, participative et volontariste.

Recruter juste

Tout commence par une campagne d'affichage dans les magasins, auprès des CCI, sur le site Internet du groupe, annonçant une session d'information. Les candidats proviennent des départements dépendant des centres régionaux comme celui d'Anais en Charente, qui couvre 13 départements du Grand Ouest. Ils sont accueillis et pris en mains par les représentants des différentes enseignes :

- Isabelle Semeilhon, Éric Besson, Éric Dupuy, « Intermarché » et ses différentes déclinaisons : hyper, super, contact, express, drive
- Jean Pierre Levet « Netto », magasin discount,
- Corinne Amilien « Bricomarché », spécialiste du bricolage,
- Joël Robion « Roady » pour l'automobile
- Mireille Livet, « Poivre Rouge », l'enseigne de la restauration qui se donne une note plus « restaurant » aux anciens « Restaumarchés », trop souvent perçus comme des cafétérias.



En une matinée, un montage vidéo, des échanges avec les adhérents présents permettent de se sensibiliser à la philosophie du groupe. Le principe est simple, chacun est totalement responsable de son magasin, mais bénéficie du soutien maison tant dans ses approvisionnements, l'agencement, que la

gestion tout en gardant une certaine latitude dans le choix de ses fournisseurs par exemple ; surtout en ce qui concerne les produits locaux vendus dans son magasin. En échange, il offre un tiers de son temps au groupe. Un Tiers-temps consacré à l'entraide entre adhérents.

Le candidat doit répondre à des critères très stricts en matière de moralité, de qualité de gestion, d'engagement et de ressources financières puisqu'il est tenu à un apport initial en rapport avec le type d'enseigne qu'il souhaite prendre en main. Il doit également être totalement mobile puisqu'il pourra se voir proposer une surface de vente hors de sa région d'origine.

Plusieurs entretiens préalables successifs permettent à chacun de mieux cerner les attentes et les contraintes d'un tel engagement. Un cycle de formation de 4 mois et demi est ensuite mis en place sous forme d'alternance entre théorie et stages chez différents adhérents de l'enseigne choisie avant de se voir proposer soit une reprise, soit une création de magasin.

Des candidats de tous horizons.

C'est cette exigence dans la phase de préparation qui permet à Intermarché de choisir des candidats à la motivation sans faille pour ses enseignes. Et c'est bien ce qui a intéressé ceux présents le 18 juin dernier à Anais. Ils venaient de Ruffec (16), Aytré (17), Saintes (17), Amboise (37) ou Limours (91) ; ils sont directeurs commerciaux, responsable d'établissement pour personnes âgées, commerçants, ou en transition professionnelle ; ont de 27 à 49 ans et tous trouvent la démarche intéressante, même s'ils ne savent pas encore s'il y aura une suite à cette première rencontre.

« Nous devons réfléchir au fait de devoir éventuellement changer de région et de nous constituer un apport financier qui engagera éventuellement notre maison. Même si le groupe nous apporte sa puissance pour notre relation avec les banques, c'est une décision que nous ne prendrons pas à la légère. ».

Quelques chiffres

Les Mousquetaires c'est :

- 37 milliards d'euros de Chiffre d'affaires
- 3 500 points de vente en France (1 point de vente tous les 17 km en moyenne) et dans 8 pays.
- 3 100 chefs d'entreprise indépendants
- 5 enseignes : Intermarché, Netto, Bricomarché, Roady, Poivre Rouge
- 130 000 collaborateurs

Apports par enseigne : à partir de :

- Intermarché, 200 000 € ;
- Netto, 120 000 € ;
- Bricomarché, 100 000 € ;
- Roady, 95 000 € ;
- Poivre Rouge, 100 000 €

Plus : www.devenir-mousquetaires.com



