

Communiqué de presse

## - Précarité alimentaire - E.Leclerc lance la semaine de repas<sup>1</sup> équilibrés : 21 repas pour 21 euros, soit 1 euro par repas

Ivry sur Seine – le 04 mars 2021. Dans un contexte économique particulièrement difficile pour beaucoup de Français, l'accès à une alimentation équilibrée est une préoccupation majeure. Si manger équilibré est un besoin essentiel pour prendre soin de sa santé, son coût le rend trop souvent inaccessible à un nombre croissant de ménages. Pour un Français sur deux, manger équilibré coûte en effet trop cher<sup>2</sup>. Afin de permettre à tous, jeunes mais aussi moins jeunes, de profiter régulièrement d'une alimentation saine, variée et équilibrée, l'enseigne a élaboré quatre paniers à prix E.Leclerc tenant compte des orientations du PNNS 4<sup>3</sup>. Chaque panier permettra de confectionner un menu hebdomadaire composé de 21 repas, soit une semaine d'alimentation équilibrée accessible au prix de 21 euros.

### 21 repas équilibrés pour 21 euros

À partir du 08 mars, E.Leclerc proposera dans ses magasins et drives, d'accéder à 4 paniers équilibrés dont un végétarien, composés à partir de 65 produits Marque Repère ou Eco+, avec majoritairement un Nutri-Score A, B ou C<sup>4</sup>. Élaborés en tenant compte des orientations du Programme National Nutrition Santé (PNNS 4), ces paniers font appel aux différentes familles d'aliments, et respectent les recommandations nutritionnelles nationales et européennes sur les apports de référence en calories, sucres, matières grasses (notamment saturées), sel et protéines. Une attention toute particulière a notamment été portée sur :

- La présence de plusieurs portions de fruits et légumes et de deux produits laitiers par jour,
- Une teneur en fibres élevée sur la semaine, notamment grâce aux légumineuses,
- La recherche de profils lipidiques favorables via le choix des matières grasses ajoutées et des portions de produits de la mer,
- La présence de produits de saison et d'aliments peu transformés.

E.Leclerc propose pour chaque panier un total de 21 repas équilibrés et variés, pour toute une semaine, à seulement 21 euros.

Les menus proposés à partir de ces produits ont été élaborés en tenant compte des **besoins nutritionnels d'un adulte « moyen » (2000Kcal environ)** et sont répartis sur trois repas (petit-déjeuner, déjeuner, dîner) journaliers ainsi que les goûters (selon les menus).

### Une offre facilement accessible via le site [www.21repas.leclerc](http://www.21repas.leclerc)

Pour accéder aux 4 paniers de produits et aux menus proposés : rendez-vous sur [www.21repas.leclerc](http://www.21repas.leclerc)<sup>5</sup> ou scannez le QR code présent sur les supports de communication.

**Pour accéder aux produits :**

- En magasin, des stop-rayons indiqueront aux consommateurs où trouver les produits qui constituent les différents paniers
- Sur le drive, 4 boutiques dédiées rassembleront les produits des 4 paniers élaborés

Offre permanente disponible à partir du 8 mars

<sup>1</sup> 7 petits déjeuners, 7 déjeuners, 7 dîners + goûters

<sup>2</sup> Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations : Manger Équilibré , janvier 2021

<sup>3</sup> Plan National Nutrition Santé 4

<sup>4</sup> Nutri-Score des produits sur les emballages et/ou sur le site [www.e.leclerc](http://www.e.leclerc)

<sup>5</sup> A partir du 8 mars 2021

## Manger équilibré, un besoin pas si simple à combler selon la dernière étude de l'Observatoire des Nouvelles Consommations

Si l'importance de bien manger est assimilée, une partie des Français n'en a parfois pas les moyens ou ne sait tout simplement pas comment faire, tout particulièrement dans un contexte où le pouvoir d'achat, perçu ou réel, diminue fortement. **Ils sont un tiers (33%) à avoir le sentiment que manger « équilibré » n'est pas accessible à tous**, un sentiment particulièrement présent chez les revenus les plus modestes (43%) et chez les plus jeunes (40%).

En effet, lorsqu'on leur pose la question, **plus de 7 Français sur 10 déclarent que manger équilibré coûte cher** (71%), notamment les parents (74%), les plus jeunes (73%) et les catégories aux revenus les plus modestes (73%), très loin devant les autres freins considérés par les Français.

Cette volonté, même sans contrainte budgétaire, se heurte par ailleurs à de nombreux obstacles, notamment le manque de temps et la nécessité de rechercher des informations :

- Une majorité de Français considère que **cela demande du temps (60%) et des efforts (62%)**. Les jeunes sont particulièrement concernés par ce sentiment (70% considèrent que c'est trop long et 73% que cela demande trop d'efforts).
- La recherche d'idées de recettes variées (58%), la recherche d'informations sur le produit (57%), le temps passé à cuisiner (56%) et pour faire les courses (52%) constituent également d'autres facteurs contraignants pour les Français.

### **MÉTHODOLOGIE :**

*Étude réalisée par Ipsos pour l'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations sur un échantillon national représentatif de 1 056 personnes âgées de 18 à 75 ans, interrogées du 18/01 au 19/01/2021 en ligne selon la méthode des quotas.*

### **À PROPOS DU MOUVEMENT E.LECLERC**

*Avec 721 magasins et 536 adhérents en France, E.Leclerc est leader de la distribution en France. L'enseigne a réalisé un chiffre d'affaires de 38,8 milliards d'euros (hors carburant) en 2019. Le leadership de l'enseigne est confirmé par une part de marché de 21,6 %. Ces performances résultent d'une politique menée depuis la création du Mouvement E.Leclerc en 1949 : son combat au quotidien pour des prix bas et un modèle économique unique, reposant sur une organisation décentralisée, coopérative et participative. Les adhérents du Mouvement E.Leclerc, entrepreneurs indépendants, partagent une même mission : permettre à chacun de vivre mieux en dépensant moins, grâce à des initiatives innovantes et responsables, en pratiquant les prix les plus bas à qualité comparable. Acteurs de la vie locale, au plus près du terrain, ces adhérents investissent de façon durable afin de faire des centres E.Leclerc des lieux qui répondent aux besoins de leurs clients et défendent leur pouvoir d'achat au quotidien.*

### **A PROPOS DE L'OBSERVATOIRE DES NOUVELLES CONSOMMATIONS E.LECLERC :**

*L'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations vise à analyser et anticiper l'évolution de la consommation, au-delà de l'analyse du panier moyen. Il est l'outil de réflexion du mouvement pour identifier les nouveaux éléments des choix de consommation des Français. Lancé en 2017, l'Observatoire s'appuie sur une étude originale révélant la corrélation entre le pouvoir d'achat, les grands choix de consommation et les représentations du monde de chaque individu.*

*Poursuivant son engagement historique aux côtés des consommateurs, le Mouvement E.Leclerc s'appuie sur les travaux de l'Observatoire pour nourrir sa réflexion sur l'avenir du rôle de distributeur. Il se transforme ainsi pour rendre accessible à chaque consommateur les produits et services qu'il souhaite, tout en préservant son pouvoir d'achat. Les résultats des études de l'Observatoire sont accessibles sur le site [www.nouvellesconso.leclerc](http://www.nouvellesconso.leclerc).*

### **Contact presse**

**Service de presse E. Leclerc : 01 80 18 18 10 – [e.leclerc@agencebabel.com](mailto:e.leclerc@agencebabel.com)**