

## Lutte contre le gaspillage :

### E.Leclerc arrête la distribution des prospectus dans toute la France

Ivry-sur-Seine – le 12 décembre 2022. D'ici à septembre 2023, l'ensemble des 734 magasins du Mouvement E.Leclerc aura cessé toute distribution de prospectus dans les boîtes aux lettres françaises. Plus de 50 000 tonnes<sup>1</sup> de papier seront ainsi économisées chaque année. Cette décision est l'aboutissement d'une démarche engagée depuis plusieurs années par le Mouvement E.Leclerc pour réduire la consommation de papier<sup>2</sup>. Elle s'inscrit également plus globalement dans la lignée des initiatives de l'enseigne pour limiter l'impact de son activité sur l'environnement, initiée dès 1996 lors de l'arrêt des sacs à usage unique en sortie de caisse et poursuivie, depuis, sur plusieurs autres fronts.

**Michel-Edouard Leclerc, Président du Comité stratégique des Centres E.Leclerc :**

*« Je suis fier que les 600 adhérents E.Leclerc aient décidé de s'attaquer à un tabou : le bourrage des prospectus dans les boîtes aux lettres. Bien sûr, il y a un risque commercial. Mais enfin, 50 000 tonnes de papier économisées par an, ça ne peut être que bénéfique en termes d'émission de CO2 et de Carbone. Et nos clients savent qu'ils peuvent compter sur E.Leclerc, pour le pouvoir d'achat comme pour le climat. Notre rapport de confiance nous permet de prendre ce type de décisions fondatrices et exemplaires. »*

### Une décision responsable et de bon sens à grande échelle pour lutter contre le gaspillage

Plébiscités en tant qu'outil d'aide à la réalisation des courses, les prospectus papiers sont pourtant moins utilisés qu'auparavant par un certain nombre de consommateurs, notamment en raison de l'essor du digital et qui plus est depuis la crise Covid. Un changement d'usage illustré par les chiffres liés au dispositif "Stop Pub" qui indiquent que 44% des personnes jettent leurs prospectus au moins 1 fois par semaine sans y avoir prêté attention.

Afin d'éviter le gaspillage de prospectus, les Centres E.Leclerc ont donc préféré stopper la distribution **intégrale** de ces derniers. Ce sont en effet plusieurs dizaines de millions de prospectus qui étaient jusqu'à maintenant produits chaque année.

---

<sup>1</sup> Environ 53 000 tonnes - Source E.Leclerc

<sup>2</sup> Depuis 2018, la consommation de volume papier pour l'ensemble du Mouvement E.Leclerc a baissé de 50 %

Avec l'arrêt de la distribution dans les boîtes aux lettres, **plus de 50 000 tonnes de papier<sup>3</sup> vont ainsi être économisées par les Centres E.Leclerc chaque année.**

## **Un arrêt progressif d'ici septembre 2023, date butoir pour tous les magasins E.Leclerc**

L'arrêt de la distribution des prospectus est une démarche déjà effective dans une centaine de magasins du Mouvement, incluant les "pionniers" (les Centres E.Leclerc de Luçon, Ville-La-Grand, Le Cagnet Rocheville, Rambouillet, Trélissac, Libourne, Fécamp...). À la fin du mois de mars, 250 magasins auront déjà arrêté. D'ici à septembre 2023, l'arrêt sera progressif pour se généraliser à l'ensemble des 734 magasins du Mouvement E.Leclerc.

## **Des alternatives en magasin et sur internet pour informer les clients**

En cette période d'inflation, la recherche de bons plans reste prioritaire pour les consommateurs et il n'est pas question de limiter l'accès des clients à ce type d'informations. Les prospectus seront entièrement disponibles via internet (appli Mon E.Leclerc, sites marchands de l'enseigne, newsletters...). Pour accompagner les clients peu, ou pas, familiarisés avec ces supports, les équipes d'accueil en magasins seront mobilisées et leur indiqueront comment télécharger et utiliser l'application, comment scanner le QR code du catalogue, comment s'inscrire à la newsletter, etc. L'animation des rayons, mission phare des chefs de rayons, en plus de la gestion des stocks, reprendront aussi toute leur place pour faire connaître aux clients les bonnes affaires ou les nouveautés.

Les clients toujours attachés au papier pourront encore retrouver quelques exemplaires de leurs prospectus au format "papier" en magasins.

## **E.Leclerc et la réduction de son empreinte environnementale : un combat historique**

Dès 1996, E.Leclerc a engagé une révolution dans le commerce en annonçant renoncer aux sacs plastique à usage unique en sortie de caisse, 20 ans avant qu'un décret ne l'impose aux distributeurs. Une révolution alors perçue comme une contrainte à l'époque, mais vite adoptée par les clients : 80% des clients E.Leclerc reconnaissent ainsi l'utilité de la démarche pour protéger l'environnement et 87% y voient un moyen efficace de lutter contre le gaspillage.

Depuis, l'enseigne multiplie les initiatives qui participent à la réduction de son empreinte environnementale : l'événement Nettoyons La Nature, avec chaque année plus de 500 000 personnes qui se mobilisent, la réduction du plastique dans les emballages de nos produits, le déploiement des sacs en toile de jute en remplacement des sacs plastique réutilisables, la suppression des caisses en polystyrène pour l'approvisionnement des rayons marée ou encore la montée en puissance des rayons anti-gaspi dans nos magasins.

---

<sup>3</sup> 2% des prospectus produits jusqu'alors continueront à être imprimés – et non distribués – pour un usage en magasin

## **A propos du Mouvement E.Leclerc**

*Avec 734 magasins et 544 adhérents en France, E.Leclerc est leader de la distribution en France. L'enseigne a réalisé un chiffre d'affaires de 42,1 milliards d'euros (hors carburant) en 2021. Cette performance résulte 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.*

**Contact presse**  
[e.leclerc@babyone.fr](mailto:e.leclerc@babyone.fr)

01 80 18 18 10