

Lutte contre l'inflation :

E.Leclerc bloque les prix de 979 produits de sa marque à succès Eco+

A partir du 3 avril et jusqu'à fin juin minimum, les hausses de prix imposées à E.Leclerc ne seront pas répercutées aux clients lors de leur passage en caisse¹.

Ivry-sur-Seine – le 3 avril 2023. Alors qu'E.Leclerc reste première sur les prix, l'enseigne annonce fournir encore un effort supplémentaire pour soulager le portefeuille de ses clients lors du deuxième trimestre 2023. Du 3 avril au 30 juin, les prix de chaque produit de la marque Eco+ seront bloqués lors du passage en caisse, sur la base d'un référentiel de prix arrêté au 1er avril². Qu'il s'agisse de produits alimentaires (frais, épicerie, boissons), de produits d'hygiène ou d'entretien (maison, voiture...) mais encore de droguerie, de brico/jardi ou d'offres pour les animaux domestiques³, les consommateurs auront l'assurance de couvrir tous leurs besoins à prix E.Leclerc plafonnés, quelle que soit la hausse de l'inflation, et sur près de 1000 produits essentiels.

Près de 1000 prix bloqués du 3 avril au 30 juin 2023

L'opération est de très grande envergure : ce sont les prix de près de 1000 produits, d'alimentation (produits frais, épicerie, boissons...) mais aussi d'hygiène, d'entretien de la maison, du jardin ou de la voiture, de papeterie ou encore d'animalerie, qu'E.Leclerc choisit de bloquer pendant 3 mois minimum. Selon un référentiel de prix arrêté au 1^{er} avril 2023, la hausse de n'importe lequel de ces 979 produits ne sera pas impactée aux consommateurs lors de l'achat et sera absorbée par l'enseigne. L'opération est mise en place dans les 734 magasins du Mouvement E.Leclerc ainsi que dans tous ses drives.

En misant sur Eco+ pour cette mesure anti-inflation à grand impact, E.Leclerc fait le choix d'une marque particulièrement plébiscitée par les consommateurs. Eco+ a en effet attiré 600 000 nouveaux clients en 2022 et connu une croissance supérieure à 30 % début 2023⁴. Elle

¹ Sur 979 produits de la marque Eco +, rassemblant des produits alimentaires (frais, boissons, de épicerie, hygiène... et des produits non-alimentaires (droguerie, bricolage, jardinage, papeterie, entretien des voitures ou soin des animaux)

² Blocage des prix à partir du 3 avril jusqu'au 30 juin 2023 sur 979 produits Eco+ par rapport aux prix relevés du 27 mars au 1er avril 2023

³ Liste des produits alimentaires et non-alimentaires disponibles sur www.contrelinflation.leclerc

⁴ Ventes valeur vs A-1 en CAD P2

représente 30 % du marché des premiers prix en France, très privilégiée par les foyers les plus modestes.

Eco+ : une marque qui allie premier prix, qualité et transparence

La marque premier prix Eco+ défend le même leitmotiv depuis bientôt 25 ans : proposer l'offre la moins chère du marché pour les produits du quotidien, en s'affranchissant de coûts superflus sans renoncer à la qualité. Eco+ est la seule marque premier prix à afficher le Nutri-Score sur l'ensemble de ses produits alimentaires, avec plus d'un-tiers d'entre eux présentant un score A ou B. Elle est également transparente sur l'origine des ingrédients et leur lieu de fabrication⁵ (96 % de ses produits alimentaires fabriqués en France ou en Europe). Enfin, elle fait chaque année tester ses produits à l'aveugle à un panel de consommateurs, point d'orgue d'une politique qualité très exigeante.

Qu'il s'agisse de produits frais (viande, légumes, crèmerie...), d'épicerie, de boissons de produits d'hygiène ou ménagers, mais aussi d'offres pour les animaux (petfood, litière...), de droguerie, de bricolage, de jardinage ou encore de papeterie, Eco+ couvre tous les besoins essentiels et quotidiens des ménages.

Michel-Edouard, Président du Comité Stratégique des Centres E.Leclerc, précise : *"Nous invitons bien sûr les consommateurs à comparer les prix et travaillons chaque jour à rester les moins chers partout en France. Cependant, avec un deuxième trimestre qui fait l'objet de prévisions encore pessimistes, nous avons décidé d'être très offensifs et de proposer du "E.Leclerc" encore moins cher. Comment ? En absorbant nous-même les hausses de prix qu'on nous impose plutôt qu'en les répercutant à nos clients. Et c'est loin d'être anecdotique car la marque Eco+ couvre l'ensemble des besoins d'une famille grâce à presque 1000 produits très diversifiés."*

À 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.

À propos d'Eco+

€co+ est la marque des produits premiers prix de E.Leclerc. Lancée en 1999, cette marque offre une réponse aux consommateurs recherchant les prix les plus bas sur des produits de grande consommation. Elle joue un rôle social et incarne pleinement la valeur d'accessibilité de l'enseigne E.Leclerc. La marque €co+ compte près de 600 produits très diversifiés et représente les quatre principaux secteurs du marché à savoir : les produits frais, le liquide (alcools, vins et boissons rafraîchissantes sans alcool), l'épicerie et le DPH (droguerie, parfumerie, hygiène). La marque est aussi présente sur le segment non alimentaire.

Contact presse
e.leclerc@babyone.fr
01 80 18 18 10

⁵ Les informations sur le lieu de fabrication sont accessibles sur les emballages et également en ligne.