



TOUR DE FRANCE

DU 6 AU 28 JUILLET 2019



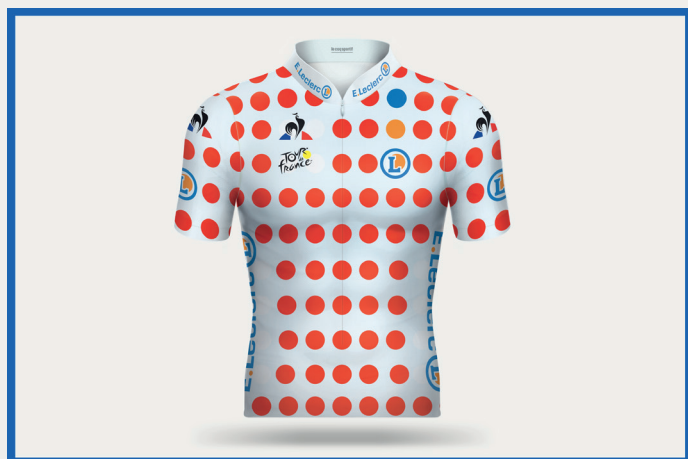
E.Leclerc sur la ligne de départ pour son premier Tour de France

Le nouveau partenaire majeur du Tour de France, également nouveau partenaire officiel du maillot à pois, dévoile son dispositif d'animation des 21 étapes de l'édition 2019

A RETENIR

- E.Leclerc intègre le Tour de France et devient partenaire du célèbre maillot à pois
- Une nouvelle caravane publicitaire composée de 9 véhicules aux couleurs de "Nos Régions ont du Talent", la marque terroir d'E.Leclerc
- Des animations "Bio Village", la marque de produits bio d'E.Leclerc, sur toutes les étapes du Tour
- Plus de 2 millions de goodies distribués
- « Les Sommets du Cœur E.Leclerc », une opération solidaire et participative inédite au profit de Mécénat Chirurgie Cardiaque

Depuis sa création en 1903, le Tour de France met en lumière le patrimoine national à travers un parcours qui sillonne les paysages de nos provinces françaises. Cet attachement aux richesses régionales n'a pas échappé à l'enseigne leader de la grande distribution en France. Avec 691 magasins dans tout l'Hexagone, une organisation profondément régionalisée et des marques accessibles et populaires, E.Leclerc s'associe naturellement à la plus grande course cycliste au monde. Le nouveau partenaire officiel du maillot du meilleur grimpeur, intègre la caravane et compte bien propager bonne humeur et convivialité sur les routes de Belgique et de France du 6 au 28 juillet 2019.



Le nouveau maillot à pois E.Leclerc

Un partenaire maillot à pois, prêt à soulever des montagnes

Pour cet acteur des combats sociétaux au quotidien (santé, culture, loisirs, environnement), il était naturel de revêtir un maillot distinctif qui réponde à des valeurs d'exigence et de courage. E.Leclerc s'associe au maillot à pois, porté par le meilleur grimpeur du Tour de France. Quelques heures avant le passage des coureurs, E.Leclerc viendra à la rencontre du public et distribuera T-shirts, casquettes et drapeaux. L'enseigne soutiendra aussi l'Etape du Tour, cette course qui permet depuis 25 ans aux cyclistes amateurs de rouler sur le tracé d'une vraie étape de la Grande Boucle.

Une caravane qui célèbre les régions et leurs talents

Avec «Nos Régions ont du Talent», sa marque destinée à faire vivre la culture culinaire régionale au travers du goût et plus de 12 000 partenariats noués avec des producteurs locaux à travers les «Alliances Locales», E.Leclerc était attendu sur le Tour de France. A la rencontre des 12 millions de spectateurs massés sur le bord des routes, sa caravane aux couleurs de la marque «Nos Régions ont du Talent» qui célèbre ses 20 ans en 2019, portera haut les spécialités régionales françaises. Sur le thème de la convivialité d'un pique-nique partagé autour de bons produits, les 9 véhicules (dont 1 char d'ouverture et 4 chars représentant des paniers garnis) distribueront 1,2 million d'échantillons (Broyés du Poitou, petits biscuits salés d'Alsace, sablés salés d'Auvergne au Cantal). De quoi ravir tous les gourmands !



La caravane E. Leclerc - Nos Régions ont du Talent (©E.Leclerc - Ideactif)

Des animations Bio Village pleines de saveurs

En plus des goodies distribués au public sur le bord des routes, E.Leclerc, à travers sa marque Bio Village de Marque repère, proposera tous les jours en dégustation des produits de qualité. Les nombreux spectateurs présents aux abords des lignes de départ et d'arrivée de chaque étape pourront en profiter via des stands fixes et des animations mobiles. Sur les trois semaines du Tour de France, cela représente 260 000 sachets de noix de cajou, de gourdes de compote de pomme et de paquets de chips. Ainsi que des produits à déguster sur place : fruits secs, tomates cerises, graines ... et des lots de produits Bio Village à gagner.

« Les Sommets du Cœur E.Leclerc » : pédaler ensemble sur un tandem géant et permettre de soigner des enfants

En tant que partenaire majeur, E.Leclerc a aussi souhaité promouvoir les valeurs de solidarité et d'utilité sociale qui lui sont chères. L'enseigne a choisi de s'engager aux côtés de Mécénat Chirurgie Cardiaque, l'association caritative soutenue par la Grande Boucle, en créant une opération sur mesure et inédite : Les «Sommets du Cœur E.Leclerc». Véritable événement dans l'événement, les «Sommets du Cœur E.Leclerc» permettront aux spectateurs et aux acteurs du Tour de pédaler sur un tandem géant réglé en mode « grimpeur ». Un écran géant les projettera dans la peau d'un coureur en pleine ascension du col du Tourmalet. Positionnée aux abords des villages départ et arrivée, l'animation offrira aux petits et grands la possibilité d'atteindre des sommets pour permettre à des enfants atteints de malformations cardiaques et n'ayant pas accès à ce type de soins de bénéficier de l'opération qui leur donnera une seconde chance dans la vie.

E.Leclerc et le Tour de France en chiffres

1^{ère} année sur le Tour de France

9 véhicules dans la caravane

24 personnes au sein de la caravane

10 personnes sur les animations (stand, animation mobiles...)

4 hôtesse protocolaires

1 800 invités sur le Tour de France (environ 80 par jour)

3 500 heures pour réaliser la caravane et une dizaine de corps de métiers (décorateur, menuisier, peintre, électricien, mécanicien, soudeur, technicien du son...)

1,2 million d'échantillons distribués sur la caravane (Nos Régions ont du talent)

260 000 échantillons distribués sur les animations fixes et mobiles (Bio Village)

500 paniers de produits Bio Village à gagner sur les animations

660 communes traversées

12 millions de spectateurs

6 heures, temps de présence moyen des spectateurs sur le bord des routes

12 kilomètres de cortège de la caravane publicitaire

45 minutes de spectacle offert par la caravane publicitaire

7 étapes de montagne et 5 arrivées en altitude (La Planche des Belles Filles, Tourmalet, Foix Prat d'Albis, Tignes, Val Thorens)

A PROPOS



Avec 691 magasins et 593 adhérents en France, E.Leclerc est leader de la distribution en France. L'enseigne a réalisé un chiffre d'affaires de 37,7 milliards d'euros (hors carburant) en 2018. Le leadership de l'enseigne est confirmé par une part de marché de 20,4 %. 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.



Nos Régions ont du Talent est la marque terroir des centres E.Leclerc, fidèle à l'engagement de l'enseigne, elle propose des produits authentiques à prix E.Leclerc avec près de 500 références représentant les saveurs et histoires de nos régions de France. Depuis sa création en 1999, Nos Régions ont du Talent s'engage à travers ses producteurs à perpétuer le savoir-faire régional en fournissant des produits de qualité.



Bio Village de Marque Repère, c'est près de 600 produits certifiés «Agriculture Biologique», accessibles à tous, qui permettent de concilier plaisir, santé et préservation de l'environnement. Fabriqué en France pour 80% d'entre eux (dont 100% pour le lait, les œufs, les yaourts), ils sont en moyenne 30% moins chers que ceux des marques nationales, les produits Bio Village bénéficient ainsi d'un rapport qualité/prix/ plaisir inégalé.



L'Association permet à des enfants atteints de malformations cardiaques et venant de pays défavorisés de se faire opérer en France lorsque cela est impossible chez eux faute de moyens techniques ou financiers. Hébergés par des familles d'accueil bénévoles et opérés dans 9 hôpitaux en France (Angers, Bordeaux, Lyon, Marseille, Nantes, Paris, Strasbourg, Toulouse et Tours), près de 3300 enfants ont déjà été pris en charge depuis la création de l'association en 1996.

Contact presse - Liliane Fretté / Oconnection

Lucie Hardy - lhardy@oconnection.fr - 06 13 97 19 43
8 rue Blaise Pascal - 92200 Neuilly sur seine