

2019 conforte la stratégie commerciale d'E.Leclerc et annonce une croissance solide pour les 3 prochaines années

Le chiffre d'affaires des Centres E.Leclerc a progressé de près de 3 % en 2019 et se porte à 48,20 milliards d'euros TTC¹ (38,85 milliards d'euros hors carburant). Malgré un contexte économique difficile et de nombreuses perturbations, E.Leclerc conforte sa place de leader en France, avec une part de marché de 21,6%² soit + 0,4 point en un an.

Une croissance saine, un positionnement clair, largement plébiscité par les consommateurs

En 2019, plus de 350.000 clients³ ont rejoint les 18 millions de foyers⁴ qui fréquentent chaque année un centre E.Leclerc.

Cette attractivité s'explique à la fois par une large diversification de son offre, et une mobilisation en investissement, en emploi et en formation.

Des hypermarchés toujours performants

Contrairement à leurs concurrents intégrés, les hypermarchés restent bien un atout dans le développement de l'enseigne E.Leclerc avec 54,8 %⁵ de contribution à la croissance.

Les magasins physiques demeurent donc le fer de lance des canaux de vente d'E.Leclerc et leur chiffre d'affaires progresse de +2,2 % en 2019.

Avec une offre supérieure à la moyenne des concurrents, en alimentaire comme en non-alimentaire, E.Leclerc a approfondi ses gammes. Chaque magasin s'est investi dans un approvisionnement plus localisé, en circuits courts (plus de 12.000 contrats signés avec des producteurs locaux situés à moins de 100 kilomètres des magasins).

Les 721 magasins E.Leclerc ont su résister aux pressions politiques et professionnelles cherchant à leur faire relever les prix. Ils ont ainsi largement compensé les effets négatifs de la hausse du seuil de revente à perte sur les marques nationales imposé par la loi, en baissant massivement les prix des marques de distributeur et d'autres produits de grandes marques.

De ce fait, l'année 2019 aura été marquée par une belle performance des marques de distributeur (Marque Repère, Nos régions ont du Talent, Bio Village...) : alors que le marché des MDD est en hausse de +1,3% en PGC+FLS⁷, Marque Repère gagne +0,2 point de parts de marché⁶ et augmente

1 Source : E.Leclerc

2 Source : Kantar – PGC+FLS – Cumul 12 mois au 29/12/2019

3 Source : Données internes - BCA

4 Source : KANTAR – Référéenseigne 2019

5 Source ; E.Leclerc – cumul 12 mois semaine S52-2019

6 IRI (CAM S52 2019)

7 IRI (CAM S52 2019)

son chiffre d'affaires de 3,1% en 2019. Les ventes en valeur de l'enseigne PGC FLS toutes marques confondues progressent de +3.0 %⁷ versus 2018.

Mobilisation sur l'investissement et la formation

Plus d'un milliard d'euros ont été investis ces 4 dernières années pour rénover les magasins et améliorer les circuits logistiques... ce qui a permis de diminuer les ruptures, d'améliorer le taux de service et la productivité. Une majorité de coopératives régionales (Scapest, Socara, Scapalsace, Scaso, Socamaïne...) ont été modernisées pour soutenir la stratégie multicanale de l'enseigne.

Plus de 15.000 emplois nets ont été créés ces cinq dernières années pour accompagner le rythme de développement de l'enseigne. Un plan de formation et de montée en compétences, notamment sur les métiers du frais traditionnel (boulangerie, pâtisserie, poissonnerie, boucherie...) et sur la vente en non-alimentaire avec plus de 70.000 personnes formées chaque année (et la formation de 1200 apprentis).

Un socle solide pour le projet 2020-2025

Si l'année 2019 a permis de tester la bonne agilité des magasins et la réactivité des structures pour amener l'enseigne sur une stratégie multicanale offensive, le groupement aborde 2020 avec des engagements commerciaux et sociétaux ambitieux.

Une promesse commerciale multicanale

"Amazon, même pas peur !" affirme Michel-Edouard Leclerc, rappelant ainsi que l'enseigne réalise déjà 3,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires sur le digital.

Parallèlement à la dynamique soutenue des hypermarchés, Internet contribue (drive inclus) à hauteur de 23,8 %, à la croissance du chiffre d'affaires (en hausse de + 8,6%), avec des sites marchands qui évoluent de +31 % tandis que des drives progressent de +6,8 %.

Au deuxième semestre 2020, le groupement lancera un portail unifié des offres commerciales sous son enseigne, avec l'affirmation, contrairement à d'autres concurrents, d'un développement dans les secteurs non-alimentaires (multimédia, culture, brico-jardi...).

Le groupement développe aussi des activités de services, d'abord en galerie marchande, avec par exemple ; la location de voitures qui atteint une croissance de +49,87% (avec un parc de 25.000 véhicules dont un tiers d'utilitaires) ; Voyages E.Leclerc enregistre une hausse de 7,47% ; les parapharmacies et le réseau Optique présentent des hausses de chiffres d'affaires de + 3,74% et +7,72%. Dans certains magasins "Une heure pour soi", la part des soins représente jusqu'à 1/3 du CA.

Au total, les enseignes spécialisées (GSS) du Mouvement E.Leclerc connaissent un fort développement avec un chiffre d'affaires qui progresse de +5,2%.

Les engagements sociétaux

"E.Leclerc souhaite figurer parmi les 3 enseignes européennes les mieux-disantes en matière de RSE d'ici 2025" réaffirme Michel-Edouard Leclerc, reconnaissant s'inspirer fortement ce que font de mieux les partenaires européens d'E.Leclerc (Rewe, Ahold Delhaize et Coop Italia).

Dès cette année 2019, les adhérents E.Leclerc ont élaboré une nouvelle charte d'engagement portant sur l'amélioration qualitative de l'offre (certification...), la réduction de son empreinte environnementale (plastique, eau, énergie...), et mise en avant des circuits courts et rationalisation des schémas logistiques.

Dans ce contexte, les adhérents d'E.Leclerc s'engagent en 2020 sur 3 items:

- Nutriscore : extension à tous les produits de la MDD (Bio Village, Marque Repère, Eco+, Nos régions ont du Talent), l'affichage est effectif sur les drives puis sera déployé progressivement sur tous les emballages au rythme des renouvellements. Les industriels des grandes marques nationales sont invités par le groupement à fournir les données permettant de les publier.
- L'indication géographique précise d'origine pour les principaux ingrédients entrant dans la composition des produits à marque de distributeur est indiquée sur le site www.e.leclerc et sur les sites des drives E.Leclerc. Progressivement, ces informations apparaîtront également directement sur les emballages des produits concernés.
- Réduction des plastiques : une politique de réduction des plastiques sera dévoilée au cours du 1^{er} semestre 2020.

Chiffres clés E.Leclerc à fin 2019

- Chiffre d'affaires France hors carburant : 38,85 milliards d'euros
- Chiffre d'affaires France avec carburant : 48,20 milliards d'euros
- Chiffre d'affaires Tous pays hors carburant : 40,12 milliards d'euros
 - 721 magasins en France HM-SM-Express
 - 690 drives en France
 - 592 adhérents⁸
 - 83 magasins à l'international
 - 2541⁹ enseignes spécialisées en France
 - 133 000 collaborateurs

Contact presse : 01 80 18 18 10 – e.leclerc@agencebabel.com

⁸ En France et à l'international

⁹ Ce chiffre comprend les agences de voyages et les agences de location de véhicule