

E.Leclerc présente sa stratégie de transition environnementale et vise - 50 % d'émissions de gaz à effet de serre d'ici 2035*¹

Mobilité, alimentaire, non-alimentaire : des mesures à tous les niveaux pour concilier pouvoir d'achat et réduction de l'empreinte carbone

Ivry sur Seine, le 15 avril 2025 – E.Leclerc annonce sa stratégie globale visant à conjuguer pouvoir d'achat et transition environnementale, avec un objectif clair : réduire de 50 % ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2035*². L'enseigne a dévoilé aujourd'hui des initiatives concrètes pour réduire l'empreinte de ses produits et services, tout en maintenant l'accessibilité pour les consommateurs.

Mobilité : accélération de l'électrique, priorisation des biocarburants

E.Leclerc annonce le lancement fin 2025 de **Charge E-Lec**, son offre de recharge pour **véhicules électriques**, avec un objectif ambitieux : équiper tous ses magasins, en s'appuyant sur un réseau déjà implanté de 4 300 points de charge. Simple, compétitive et incitative, cette nouvelle offre s'articule autour de trois avantages clés :

- **Des prix compétitifs**
- **Un réseau adapté aux usages réels**, avec des bornes standards, rapides ou ultra-rapides, installées en fonction du trafic et du profil de chaque point de vente.
- **Une fidélisation intégrée** : les clients pourront cagnotter des tickets E.Leclerc en rechargeant leurs véhicules.

En parallèle de l'électrique, l'enseigne poursuit ses investissements dans les **carburants alternatifs**. A commencer par **sa flotte de véhicules** : 42 % des camions des transporteurs des 16 coopératives régionales du Mouvement E.Leclerc roulent désormais **au HVO100**, un **biocarburant bas carbone** issu de la valorisation des déchets organiques. Ce déploiement se poursuivra progressivement pour couvrir 100 % des outils logistiques de l'enseigne. Le HVO100 **permet de réduire de moins 90 % les émissions de gaz à effet de serre** par rapport au diesel et a également séduit la RATP qui vient de conclure un contrat d'approvisionnement avec E.Leclerc.

Côté stations-services, 4,5 millions de pleins de **Superéthanol E85** ont été réalisés en 2024 par E.Leclerc. Le développement de ce carburant, réduisant jusqu'à moins 50 % **d'émissions de gaz à effet de serre par rapport à l'essence classique**³, illustre la volonté de l'enseigne d'aider les automobilistes à réduire l'impact de leurs déplacements à moindre coût, puisqu'il est en moyenne 50% moins cher que l'essence.

Informer sur l'impact et accompagner vers une consommation plus responsable Carbon'Info, un nouvel indicateur pour guider les choix de consommation

E.Leclerc lance Carbon'Info, **un outil d'information sur l'impact carbone de produits à Marques de Distributeur (MDD)** qui couvre, dès son lancement, **plus de 6 000 produits alimentaires** des marques : Marque Repère, Eco +, Bio Village, Nos Régions ont du Talent... . 66 % des Français se disent favorables à un tel indicateur⁴. Sur la base de la méthodologie AGRIBALYSE® de l'ADEME, Carbon'Info estime les

¹ entre 2023 et 2035

² entre 2023 et 2035

³ Source : RED (Renewable Energy Directive) 3

⁴ Institut Viavoice pour l'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations - mars 2025

émissions de gaz à effet de serre lors des 6 étapes de cycle de vie du produit suivantes : production de la matière première, transformation, emballage, transport jusqu'aux entrepôts du distributeur, distribution en magasin et utilisation du produit chez le consommateur. Il sensibilise le consommateur sur l'impact carbone de l'alimentation, en lui permettant s'il le souhaite d'orienter ses achats vers les produits les moins émetteurs. **Carbon'Info est disponible en ligne (site e.leclerc et drive) dès cette semaine.**

Au-delà de cet indicateur sur les MDD, consommer responsable doit devenir facile, amusant et accessible pour tous. D'ici la fin de l'année, l'enseigne proposera à ses clients, un **ensemble d'outils ludiques** (challenges, astuces, ...) pour les aider à agir à prix E.Leclerc sur l'ensemble de leur liste de courses.

Non-alimentaire comme alimentaire : vers des achats plus responsables

Pour accélérer ses achats responsables, E.Leclerc exige désormais de **l'ensemble de ses fournisseurs MDD non alimentaires** qu'ils adhèrent à son **programme RSE " CSR Alliance**, fondé sur l'évaluation EcoVadis⁵. Cette démarche d'amélioration continue valorise très concrètement les engagements responsables dans la relation commerciale et instaure **des seuils responsables obligatoires et planifiés dans le temps** pour la conception de chaque produit. Le programme CSR Alliance s'applique ainsi à l'ensemble des MDD non alimentaires de l'enseigne : textile, équipement maison, jardinage, bricolage, arts de la table etc.

Premier metteur en **marché de textile** en volume en France, E.Leclerc renforce également ses **engagements sur l'éco-conception sans compromis sur le prix**. Les objectifs sont : favoriser l'intégration de matières durables, recyclées et certifiées ; réduire et supprimer les procédés industriels impactant ; garantir la traçabilité sur toute la chaîne d'approvisionnement. **D'ici 2026, le textile MDD E.Leclerc proposera un affichage environnemental** pour accompagner les consommateurs dans leurs achats.

Côté marques nationales, E.Leclerc travaille avec 2000 fournisseurs. La vente de leurs produits représente 20% des émissions de gaz à effet de serre de l'enseigne, et 250 d'entre eux concentrent 73% des émissions. Depuis 2024, E.Leclerc a donc lancé un **important plan d'actions** pour les embarquer sur la voie de la décarbonation. Un engagement concret de réduction de leurs émissions sera demandé au Top 250 et un accompagnement sera proposé aux plus petits fournisseurs. Un suivi précis des actions de réduction de chaque fournisseur sera réalisé annuellement par les équipes commerciales. La décarbonation est une démarche collective qui se construit dans la durée.

Des produits quotidiens réinventés, déjà disponibles

Une farine à production bas carbone, issue d'un modèle coopératif

E.Leclerc lance la farine « Récoltons l'Avenir », un produit MDD conçu en partenariat avec des coopératives agricoles engagées dans une agriculture plus durable. Grâce à des pratiques agricoles bas carbone telles que la réduction des intrants ou une rotation des cultures optimisée, cette farine affiche une empreinte carbone réduite de **20 % par rapport à une farine conventionnelle** équivalente. Objectif à terme : généraliser ce modèle à l'ensemble des farines, y compris celles intégrées dans les produits transformés (pâtes, biscuits...) mais aussi à toutes les autres catégories de produits.

⁵ EcoVadis est une solution d'évaluation RSE des entreprises reconnues à l'international. Elle permet d'évaluer les entreprises en fonction de leur secteur d'activité, selon leur taille et leur localisation, en termes d'environnement, d'impact social, d'éthique dans les affaires et d'achats durables.

Une gamme végétale accessible pour consommer mieux

Avec **45 nouvelles références proposées dès mars 2025**, la gamme Marque Repère Végé offre une alternative végétale accessible à tous, végétariens ou non. Pensée pour répondre aux attentes des **45 % de Français souhaitant voir plus de produits végétariens en grande distribution**, cette offre permet de réduire l'empreinte carbone de l'alimentation **par rapport aux équivalents carnés**, tout en proposant des prix capables de les concurrencer.

Un plan d'action structuré, une trajectoire chiffrée

E.Leclerc a réalisé une évaluation complète de son empreinte carbone : **73,6 millions de tonnes de CO₂ en 2023**. Les émissions proviennent principalement des carburants, des produits alimentaires, et des produits non alimentaires. L'ambition de l'enseigne est de réduire de 50 % ces émissions d'ici 2035, avec une démarche alignée avec les Accords de Paris.

Une consommation durable à la portée de tous

En rendant visible l'impact carbone, en investissant dans la mobilité électrique, en travaillant à la source sur la fabrication des produits, E.Leclerc agit sur l'ensemble de la chaîne – fournisseurs, logistique, consommateurs. Mais toujours avec la même exigence : ne jamais faire peser le coût de la transition sur les clients.

Michel-Edouard Leclerc, Président du Comité Stratégique des Centres E.Leclerc : *“C'est un engagement global qu'il nous faut impulser, promouvoir, malgré les incertitudes des modèles économiques. Il nous faut décarboner toute la chaîne, du producteur au consommateur. Avec ce défi majeur, mission historique de notre enseigne : l'économie de demain doit rester accessible à tous les consommateurs. À tous les citoyens.”*

A propos du Mouvement E.Leclerc

Avec 766 magasins et 560 adhérents en France, E.Leclerc est le leader de la distribution en France, réalisant un chiffre d'affaires de 49,9 milliards d'euros (hors carburant) en 2024. Depuis 1949, le Mouvement E.Leclerc s'engage à rendre accessible tout ce qui compte pour les consommateurs, en pratiquant les prix les plus bas pour améliorer leur pouvoir d'achat et leur qualité de vie. Les adhérents, entrepreneurs indépendants, engagés et solidaires défendent un modèle coopératif et décentralisé unique. Ils anticipent les évolutions de la société, agissent pour répondre aux attentes et contribuer au progrès individuel et collectif. Durablement implantés sur tout le territoire, ils soutiennent l'économie locale et s'investissent pour la préservation de l'environnement.

Contact presse

Service de presse E.Leclerc

01 80 18 18 10

e.leclerc@babylone.fr