

LES MAGASINS E.LECLERC VALORISENT LES PRODUITS ECO RESPONSABLES DE LEURS FOURNISSEURS

ANNEE
2014

CATEGORIE
Bonnes pratiques d'affaires/
clients consommateurs

RUBRIQUE
Achats responsables/
Pédagogie

SECTEUR D'ACTIVITE
Relation durable avec les
fournisseurs/ préconiser
produits responsables

TAILLE DE L'ENTREPRISE
> 500

PAYS (DE LA PRATIQUE)
France, Italie, Pologne,
Espagne, Portugal, Slovaquie

ENTREPRISE



Chiffres d'Affaires (2013):
45,6milliards euros

Effectif (2013) : 101 000

Pays (siège social) : France

www.mouvement-leclerc.com

Fiche rédigée par :
Marie Noëlle DUFOREST

CONTEXTE

A partir du premier magasin créé par Edouard leclerc à Landerneau (Bretagne) en 1949, plus de 600 magasins se sont développés en France et en Europe (Italie, Pologne Espagne, Portugal, Slovaquie) sous l'enseigne E. Leclerc. En 2013, 479 entrepreneurs indépendants sont adhérents à l'Association des Centres Distributeurs (ACDLec) qui gère les grandes orientations et la politique de l'enseigne. Depuis 1970, le mouvement E.Leclerc dispose d'un Groupement d'Achat Le GALEC et de 16 coopératives d'achat régionales (SCA). Prioritairement au service d'une politique de prix bas pour le consommateur, E.Leclerc développe aussi un partenariat responsable avec ses fournisseurs.

OBJECTIF(S)

- Favoriser une consommation accessible à tous et respectueuse de l'environnement
- Agir sur la chaîne d'approvisionnement et valoriser les fournisseurs engagés
- Préconiser des produits innovants (ex bio carburants en 2004)

DÉMARCHE

La démarche développement durable E. Leclerc est marquée par des actions innovantes :

- 1996 : sacs de caisse réutilisables et recyclables,
- 1998 : invitation de collaborateurs et clients volontaires aux journées annuelles « Nettoyons la nature » pour ramasser des déchets
- 2004 : lancement du biocarburant à l'éthanol (5%) dans ses stations
- 2004 : démarche d'éco conception et contrats de progrès environnement avec les fournisseurs : chaque fournisseur choisit une action environnementale qu'il s'engage à mesurer, dans un domaine tel que : agriculture durable, consommation d'eau, énergie, déchets, rejets dans l'air, carbone, transport... Les produits concernés par ces engagements sont identifiés en magasin par la marque « **Repère** »
- 2004 : lancement de la marque « **Entr'aide** » pour les produits du commerce équitable
- 2011 : création du **label « conso responsable »** pour éclairer le consommateur, apposé par les acheteurs sur les produits identifiés selon une grille multi critères (composition des produits, emballage, transports, usage et fin de vie), la grille est élaborée et suivie en partenariat avec l'expert indépendant SGS

Les achats responsables sont mis en pratique :

- charte éthique et audits sociaux avec Siplec (société d'importation E.Leclerc) créée en
- approvisionnement en bois certifié (membre du Tropical Forest Trust depuis 2004), achat de produits de la pêche préservant les espèces menacées, alternative à l'emploi d'huile de palme (réduction de 50%, partenariat avec TFT pour la traçabilité)

FACTEUR(S) CLÉS DU SUCCÈS

- Engagement des fondateurs pour le développement durable
- Motivation des adhérents entrepreneurs
- Sensibilisation et information du consommateur

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE	BÉNÉFICES ENVIRONNEMENTAUX, SOCIAUX ET/OU DE GOUVERNANCE
▪ Progression du CA : +4,9% en 2013, +59% en 10 ans ▪ Marque « Repère » entre 2004 et 2009 : 2500 références et 420 fournisseurs en contrats de progrès ▪ 400 produits commerce équitable (leader en France); création en 2008 de la marque « Entr'aide »	▪ Marque Repère 2004 à 2009 : 800 sites de production ; économie de 4 millions m3 eau, 36000 mégaw/h d'électricité, 28000t de déchets (mesure ADEME) ▪ Sensibilisation consommateurs et collaborateurs : « Nettoyons la nature » : 531 448 participants européens en 2013, 19 800 sites nettoyés (parcs, quartiers, écoles, berges et sentiers, plages)