CONSOMMATION RESPONSABLE :

ET SI LE 1ER ENGAGEMENT ÉTAIT DE RENDRE LES BONS PRODUITS ACCESSIBLES À TOUS ?

Transparence, traçabilité, sécurité, qualité, impact environnemental... jamais les consommateurs n'ont autant questionné producteurs et distributeurs.

Partout en Europe, les distributeurs et les industriels prennent des initiatives en matière de nutrition et de protection de l'environnement. Encore faut-il que les consommateurs puissent accéder financièrement à ces progrès !

Historiquement engagé dans la défense du pouvoir d'achat, le Mouvement E.Leclerc veut permettre à tous les consommateurs d'accéder à ces offres plus vertueuses.

E.Leclerc se donne pour objectif de figurer dès 2020 sur le podium des enseignes européennes les mieux-disantes en matière de développement durable et de qualité globale. Avec comme priorité :

- l'attention portée à la qualité nutritionnelle et à la santé,
- la préservation de l'environnement et de la biodiversité.

E.Leclerc a bien conscience de la complexité des changements qu'il faut entreprendre. Ce processus va demander du temps. Certains considéreront que nous n'allons pas assez vite. D'autres nous accuseront de changements trop brutaux.

C'est de toute façon dans le dialogue et le partenariat que nous atteindrons ces objectifs.

E.Leclerc saura accompagner (y compris économiquement) la mutation des conditions de production.

E.Leclerc s'appuiera aussi sur les meilleures pratiques de ses partenaires européens (Rewe, Coop Italia et Ahold-Delhaize) et sur les recommandations d'un comité scientifique indépendant qui l'aidera à valider et à hiérarchiser ses priorités.

C'est un projet d'entreprise qui engage les 123 000 collaborateurs et les 500 coopérateurs du Mouvement E.Leclerc.

Michel-Édouard Leclerc

E.Leclerc

ARTHALIE - R.C.S. Paris B 378 899 363. Photo : Justine Gordon / EyeEm.

NUTRITION & SANTÉ.

Poursuivant les engagements qu'il avait pris dans le cadre du programme national Nutrition-Santé, E.Leclerc va encore réduire la teneur en sel, sucre et matières grasses des produits de ses marques.

Par ailleurs, E.Leclerc prévoit :

• de mettre en place d'ici fin 2017 une information nutritionnelle simplifiée, dématérialisée (notamment sur les Drives E.Leclerc) pour tous les produits alimentaires à marque propre,

• la suppression en 2017 des additifs artificiels dans tous les produits alimentaires Marque Repère destinés aux enfants et, d'ici 2020, de tout autre additif signalé par les conseils scientifiques de l'enseigne. Les marques nationales seront invitées à s'aligner sur ces engagements. Par ailleurs, il est prévu pour 2020 une limitation du nombre d'additifs à un maximum de 4 en moyenne pour les produits alimentaires Marque Repère,

• pour éviter les risques de migrations d'huiles minérales aromatiques dans les produits alimentaires lors du transport et de la conservation, tous les emballages seront analysés et si nécessaire modifiés pour atteindre l'objectif sur nos propres marques de zéro MOAH[1] et moins de 2 mg de MOSH[2] par kg de produit fini d'ici fin 2017. Cette ambition sera étendue en 2018 aux marques nationales,

• la suppression d'ici 2020 dans les produits de la Marque Repère des perturbateurs endocriniens identifiés comme problématiques par les conseils scientifiques de l'enseigne,

• de devenir en 2020 le leader du marché des produits éco-labellisés pour les gammes de peintures, droguerie, hygiène et parfumerie,

• d'ici 2020, la réduction de 50% de l'utilisation de pesticides dans les filières de production de fruits et légumes (frais et transformés) commercialisés dans l'enseigne,

• déjà 1er distributeur de produits de terroir et de marques régionales (Nos Régions ont du Talent), E.Leclerc valorisera plus encore les produits issus de l'agriculture biologique (Bio Village…), les labels de qualité (Label Rouge…) et d'appellation d'origine (AOC, AOP, IGP) pour promouvoir une culture du goût et de la diversité alimentaire.

[1]MOAH : Mineral Oil Aromatic Hydrocarbon / huile minérale hydrocarbonée aromatique
[2]MOSH : Mineral Oil Saturated Hydrocarbon / huile minérale hydrocarbonée aliphatique

E.Leclerc pour la planète : à suivre…

E.Leclerc

Publicité

INTERMÉ - R.C.S. Paris B 378 899 363. Photo : Daniel Milchev

PROTECTION DU CLIMAT, DE LA BIODIVERSITÉ ET DES ÉCOSYSTÈMES.

Pionniers dans la lutte contre les pollutions (suppression des sacs en plastique il y a déjà 20 ans et initiateur de l'opération Nettoyons la Nature qui rassemble 500 000 bénévoles chaque année), E.Leclerc se donne comme objectifs de :

• réduire les émissions de gaz à effet de serre de 40% d'ici 2030 (par rapport aux estimations de 2010) tant pour les magasins que les centrales logistiques du Mouvement E.Leclerc,

• généraliser l'utilisation d'huile de palme certifiée durable et d'ici 2025 labélisée « zéro déforestation »,

• certification FSC ou PEFC des produits à base de bois (meubles, jouets), de cellulose (papeterie, hygiène), d'ici 2020 pour les marques propres d'E.Leclerc, et d'ici 2025 pour les marques nationales, ainsi que pour les emballages des produits,

• réduire de 5% (par rapport à l'année 2016), à horizon 2020, le tonnage total de tous les emballages des produits vendus sous marque de distributeur,

• en 2020, au moins 50% des produits de la mer commercialisés dans l'enseigne seront issus de la pêche responsable, toutes marques confondues. D'ici 2025, tous les produits seront issus de la pêche et de l'aquaculture durables,

• prendre en compte le bien-être animal :

- suppression à l'horizon 2020 des œufs frais de poules en cage à marque de distributeur, et pour toutes les autres marques d'ici 2025,

- suppression des ingrédients issus d'œufs de poules élevées en cage dans l'ensemble des produits alimentaires d'ici 2025,

- suppression de la fourrure animale sur l'offre textile (Tissaia) dès 2017.

E.Leclerc pour la planète : à suivre…

E.Leclerc