

# Leclerc. Le premier magasin 100% bio de l'enseigne ferme ses portes faute de clients

Plus de quatre ans après l'ouverture de son premier magasin bio de France à Fontaine-lès-Dijon (Côte-d'Or), Leclerc a finalement été contraint de faire machine arrière. L'entreprise, qui avait de grandes ambitions pour conquérir ce marché, n'a pas pu atteindre les objectifs fixés.



© Le magasin avait ouvert à Fontaine-lès-Dijon (Côte-d'Or) il y a quatre ans.  
(Photo d'illustration : Beata ZAWRZEL / NurPhoto / NurPhoto via AFP)

À l'instar d'autres enseignes de la grande distribution, Leclerc avait lancé en 2018 une chaîne de magasins bio avec pour ambition de **"devenir le leader européen dans le bio"**, selon les termes de son président Michel-Edouard Leclerc. Le premier de ces supermarchés, ouvert le 18 janvier de cette année-là à Fontaine-lès-Dijon (Côte-d'Or), a finalement fermé ses portes. Il a été rebaptisé en "Leclerc Express", [rapporte Capital](#) selon [des informations du Bien Public](#).

La volonté de Leclerc de s'emparer du marché du bio était pourtant claire. En 2017, la marque avait pour ambition de créer un réseau de magasins spécialisés pour **"garantir aux fournisseurs une autre culture d'achat et une négociation séparée de celle des grandes marques"**.

Cela aurait dû se traduire par l'ouverture d'une quarantaine de magasins spécialisés fin 2019 et 200 l'année suivante nommés "Le Marché bio Leclerc".

## Des objectifs non atteints

Loin d'atteindre ces prévisions, l'entreprise n'avait ouvert que 17 de ces magasins en France trois ans plus tard. De plus, la plupart d'entre eux ne parvenaient pas à réaliser les objectifs économiques escomptés et n'attiraient pas suffisamment de clientèle.

Selon nos confrères, cet échec pourrait s'expliquer par le manque d'informations relatives à chaque produit. À Fontaine-lès-Dijon par exemple, l'origine de certains articles n'était pas suffisamment détaillée. Des paquets de jambons affichaient de simples mentions telles que : "fabriqué [s] en UE/hors UE".

Malgré un marché du bio en plein développement, Leclerc n'a pas su tirer son épingle du jeu. Selon son patron, l'entreprise affichait pourtant une croissance de 3 % en 2021, notamment grâce à ses "*concepts spécialisés*".

Publié le 13/04/2022 à 11h57

*France Live avec NG*