



Information presse
11 juin 2019

Pour ses 30 ans, Leader Price incarne le « discount plaisir » en dévoilant les engagements de sa marque propre qui compte 30% de produits engagés

Le « discount plaisir », cœur de la transformation de l'enseigne Leader Price via ses nouveaux produits et nouveaux magasins, est porté en 2019 par des engagements de qualité et responsabilité renforcés. L'enseigne qui compte plus de 4 000 références, unique dans le paysage discount français, annonce vouloir d'ici la fin de l'année porter à 30% (contre 14%) le nombre de produits qui représenteront les atouts de l'origine France, la réduction de l'empreinte écologique, le bio, ainsi que des gammes « sans » et « enrichies », avec près de 600 références qui vont apparaître en linéaire.

En 2019, Leader Price compte doubler la réduction de l'empreinte écologique en réduisant les distances de trajet et en développant l'éco-conception

L'objectif à court terme est d'atteindre les **230 produits retravaillés ou nouveaux**, sur la base de critères d'origine France, de filières de commerce équitable, et de certifications.

« La largeur et la qualité de l'offre MDD Leader Price sont sans équivalent sur le marché français du discount. En 2019, nous monterons encore en gamme en matière de qualité durable et responsable, tout en maintenant l'exceptionnalité de nos prix, accessibles à tous les pouvoirs d'achat. En 2019, 30 ans après sa création, Leader Price poursuit sa transformation, illustrée dès l'an dernier par le déploiement des nouveaux magasins Next et le renouvellement profond de son offre magasin, symbole de la nouvelle ère discount plaisir de la marque » souligne Tina Schuler, directrice générale de Leader Price et enseignes Casino



L'enseigne s'engage également à augmenter la présence de produits de « qualité santé »

- Les produits **bio représenteront plus de 10% de l'offre**, passant à **500 produits** bios présents dans les magasins, dont 141 produits retravaillés ou nouveaux
- Plus de **50 produits bios dans l'espace fruits et légumes** (banane, carotte, citron, concombre...)
- Plus de **20 références bio de vrac**
- Les produits « sans » et « enrichies » représenteront **8% de l'offre**
- L'enseigne traduira concrètement également ses efforts avec de **nouveaux produits enfants, poursuivant son engagement pionnier auprès des familles**

Une mission fondamentale : apporter du bien manger, du bien-être, du bien vivre à tous

Engagée depuis toujours sur la qualité des produits à prix accessibles à tous les Français, pionnière du bio pour tous, partenaire d'acteurs forts pour créer un lien social et de l'entraide, Leader Price revendique plus que jamais sa mission fondamentale d'apporter du bien manger, du bien-être, du bien vivre à tous.

L'enseigne a **diversifié son offre tout en conservant le même nombre de références** pour répondre aux nouvelles **attentes bien-être, santé et local des Français, qui veulent consommer juste et bien**. Dans cette mutation, Leader Price construit un discount augmenté en phase avec les besoins actuels d'élévation de qualité et de bénéfices santé environnement.

Tant par leur contenu (labels, origines, bio, allégations) que par leur forme (packagings), les produits Leader Price démontrent qu'il est possible de conjuguer petits prix et plaisirs sains et responsables. Ainsi, l'enseigne propose de nombreux produits **labellisés** avec des **normes de haute qualité et respect environnemental**, de plus en plus dans une **démarche locale** (produits frais, produits bio, producteurs locaux...).

Par ailleurs, Leader Price continue ses **partenariats pionniers avec des startups pour limiter le gaspillage** (ex : To Good to go) ou **encourager le lien social** avec l'entraide entre voisins (ex : Courseur).

COURSEUR → 



Too Good To Go

La signature de Leader Price « tout le plaisir est pour vous ! » reflète sa vision du commerce aujourd'hui : un ou des plaisirs, mais toujours essentiels, jamais inutiles ou superflus, et à partager par le plus grand nombre.

LEADER PRICE en chiffres clés

Création de la marque : 1988
Création de l'enseigne : 1989
Un parc de plus de 700 magasins
Plus de 1 200 références de marques nationales
Plus de 4 000 références de marques propres

CONTACTS PRESSE

Contacts PPR Paris

Cyndie Medeiros

cyndie.medeiros@pprww.com

01 56 03 13 62 – 06 34 99 67 49

Eléonore Ancel

eleonore.ancel@pprww.com

01 56 03 13 08 – 06 26 46 46 73

Contacts Leader Price

Hélène Jadot-Hennechart - hjadot@groupe-casino.fr - 06 73 98 43 21

Edouard Charon - echaron@leader-price.fr - 06 49 04 87 82