

E.Leclerc lance le programme "2020: zéro prospectus"

Le 26 septembre, E.Leclerc s'attaque avec Australie à un sujet tabou: la disparition des prospectus papier. Très critiqués, mais aussi très appréciés des consommateurs et très efficaces, les prospectus sont toujours un sujet de débats enflammés. Pour autant, leur poids dans les investissements des distributeurs ne diminue pas avec le temps, bien au contraire.

Historiquement impliqué dans la protection de l'environnement (cf : suppression des sacs de caisse jetables en 1995), E.Leclerc propose aujourd'hui aux consommateurs de participer à un projet de réduction progressive des prospectus avec l'objectif de les faire disparaître en 2020. Il s'agit d'une démarche commune dans laquelle E.Leclerc propose au consommateur d'agir en choisissant de ne plus recevoir les prospectus papier pour se tourner vers des solutions alternatives dématérialisées via Internet et le téléphone mobile qui lui permettront de rester informé sur les produits et les prix.

Le consommateur souhaitant s'engager dans le programme se verra proposer un autocollant Zéro Prospectus à apposer sur sa boîte aux lettres et pourra consulter sur Internet ou sur son mobile les infos commerciales, avec notamment un système d'alerte pour des informations ciblées.

Pour lancer ce nouveau combat de E.Leclerc, l'agence Australie a conçu une campagne multi médias: TV, Internet, annonce catalogue, PLV, prospectus magasin, autocollants.

Le spot TV, réalisé par Olivier Babinet, illustre de façon littérale le trop plein de papier auquel nous sommes tous confrontés en nous faisant entrer dans le quotidien de Monsieur L, personnage un peu à part, obsessionnel, qui vit au milieu de piles de prospectus... La musique du film a été enregistrée en Macédoine, jouée par un orchestre local et dirigé depuis la France par Skype.

L'annonce catalogue est contextualisée en posant la question « Et si c'était la dernière fois que vous teniez un prospectus dans les mains ».

Vous pouvez dès à présent visionner ce spot [ici](#)

Contact presse Australie

Blandine de Roaldès

01 47 58 23 39

bderoaldes@australie.com

FICHE TECHNIQUE DE CAMPAGNE

Marque : E.Leclerc

Produit : Zéro prospectus en 2020

Responsables agence : Vincent Leclabart, Rosine Malheiro

Responsables annonceur : Philippe Seligmann, Sandrine Caspar, Thierry Forien, Vincent Muller, Julianna Cavalcanti

Date de démarrage : 26/09/10

Médias utilisés : TV, radio, Internet, PLV magasins et dépliants

Formats : 30'' en TV

Directeurs de la création : Claire Ravut et Stéphane Renaudat

Directeur artistique : Mathias Gaillard

Concepteur rédacteur : Dan Assayag

TV et radio prod agence : Murielle Germond