.

Leclerc a fait son shopping sémantique et thématique chez les CIVAM, le RAD, la FNAB, et a lu tous les articles sur les circuits courts. C'est quasi certain . Il n'aurait rien inventé de tout ce concept. Tous les mots clés y sont …. une synthèse exhaustive. Le résultat est durablement alléchant.

Un modèle de communication.

Prendre un stylo dans un rayon sans le payer s'appelle du vol ;

Prendre toutes les bonnes idées de la fin du XXème siècle (circuits courts, produits bio…) et les rendre très lucratives au début du XXIème, c'est l'intelligence du business.

Leclerc est maintenant un « mouvement ». Auto-proclamé certes… pas encore un syndicat, mais un « mouvement » ! Avec distribution de cartes de fidélité aux adhérents…C'est encore plus fort qu'une ONG chez laquelle, la carte, il faut la payer !

Quelques assertions extraordinaires…mieux vaut lire ça que d'être aveugle et ne vous étranglez pas !

« Gestion durable du bois tropical,

Huile de palme 100% durable,

Leclerc milite pour la libre concurrence,

Protection des espèces de poissons,

Leclerc pionnier du développement durable… »

http://www.mouvement-leclerc.com/home/le-mouvement-e-leclerc

Leclerc en Avril 2011 sur France Inter évoque ses « adhérents » et parle mieux que quiconque des vertus des circuits courts, relocaliser l'économie…un discours bien

huilé.

Bref rappel :

Depuis 1970, on a laissé crever tous les petits commerçants et la plupart des boucherie. Ils ne connaissaient pas le terme « circuit-court » puisqu'on vient de l' inventer. Mais ces commerces fonctionnaient bel et bien sur ce mode: le boucher avait sa ferme dans laquelle il élevait des animaux et le reste provenait des fermes voisines.

En 2012 :

Plus d'abattoirs, il y a trop de » risques sanitaires »…On a édicté des normes drastiques qui éradiquent le petit commerce (le meilleur exemple est celui du lait) pour envoyer tout le monde à l'hyper Leclerc.

Depuis quelques années, une prise de conscience environnementale et en terme de sécurité alimentaire induit une autre demande du consommateur.

La grande distribution le comprend et s'adapte immédiatement. Elle reprend à son compte le concept des circuits-courts : la centrale d'achat connait le cours du porc sur la marché international, le prix du mouton en Australie et en Argentine, des tomates et du melon industriel en Espagne puis passe ensuite une petite commande à la coopérative agricole locale : » j'achète telle quantité à tel prix » …pour le bien être de l'agriculture française. Il s'agit indéniablement d'un approvisionnement (marginal) local.

Il s'agit surtout d'un court-circuit pour le producteur !

.