

Michel-Édouard Leclerc se fait l'avocat de la norme HVE

Mercredi 01 août 2018 par Alexandre Abellan

[Lire plus tard](#) [Commenter](#) [Imprimer](#) [Envoyer](#) [Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#)



Les enseignes Leclerc sont les premiers clients des vigneronns de Buzet. - crédit photo : Les Vignerons de Buzet

À l'occasion de la visite de la cave coopérative de Buzet, le PDG a affirmé son soutien à la valorisation des initiatives de développement durable.

À la tête du groupe de distribution éponyme, Michel-Édouard Leclerc (MEL pour les intimes) est considéré par beaucoup comme l'un des meilleurs communicants de France. Exemple en est donné avec sa visite, ce 19 juillet, sur le développement durable appliqué par la cave coopérative de Buzet. Accompagné de ses équipes de communication, le PDG breton publiait dès le lendemain un article sur les enseignements de cette journée sur son blog *« de quoi je me MEL »* (qu'il tient depuis 2005). Après une visite des parcelles de vignes où la biodiversité est réintroduite (des fleurs aux oiseaux, en passant par les abeilles), la démarche de développement durable de la coopérative a été illustrée avec un *packaging éco-conçu* et un *jardin de traitement des eaux usées*. Face à ces initiatives agroécologiques, *« Les Vignerons de Buzet doivent être une source d'inspiration »* estime sur son blog Michel-Édouard Leclerc, qui fait un tour de France des démarches de développement durable.

Mais au-delà de la leçon de communication numérique, cette visite a donné l'occasion à Michel-Édouard Leclerc de se poser en soutien de la démarche Haute Valeur Environnementale (HVE). *« Il nous a assuré son engagement à la promotion de la HVE auprès du gouvernement. La forme actuelle de la bio ne le convainc pas. Il voit dans nos pratiques un exemple »* rapporte Pierre Philippe, le directeur général des vigneronns de Buzet. Ayant certifié sous le niveau 2 de la norme HVE ses 1 878 ha de vignes, la coopérative passe 500 ha en niveau 3 de HVE cette année.

"Schizophrénie des consommateurs"

Alors que la démarche HVE peine à être connue par le grand public, l'intérêt du leader de la distribution française est un atout de poids (avec 20 % de parts de marché et 681 magasins). Même si tout l'enjeu de ces distinctions reste d'être justement rémunérés. *« Nous sommes restés pudiques sur la question de la valorisation. Mais Michel-Édouard*

Leclerc a bien conscience du coût que ces exigences ont sur le producteur » précise Pierre Philippe. Qui ajoute que s'il est facile de stigmatiser les prix d'achat des enseignes, le client est aussi responsable des prix de vente : *« il y a une schizophrénie des consommateurs, qui ont des exigences légitimes, mais ne sont pas prêts à payer plus s'ils sont plus exigeants »*.

A LIRE AUSSI

SÉLECTION AVEC APPLICATION

E.Leclerc rachète
WineAdvisor au tribunal de
Commerce

FOIRE AUX VINS

Carrefour se positionne sur la
bio