

12 ans d'histoire(s) au service de la bio et de la proximité

Créé en 2008, le Marché de Léopold poursuit avec ambition sa croissance dans l'Ouest de la France pour relever les missions qui lui sont chères : la valorisation du terroir français et de ses producteurs à travers un accès à la bio plus attractif pour les consommateurs. L'enseigne, qui soufflera sa 12ème bougie au mois d'octobre, ouvrira dans le même temps à Libourne, sa 20ème enseigne.



Imaginé par Benjamin Quiras et précurseur en la matière, c'est pour rendre la bio accessible au plus grand nombre et répondre aux exigences de consommateurs davantage informés que Le Marché de Léopold ouvrait les portes de son premier point de vente à Langon, en 2008. Depuis, l'entreprise du Sud Ouest qui emploie plus de 150 salariés n'a cessé de se développer, fidèle à ses valeurs de départ : la proximité, le respect des hommes du champ à l'assiette et l'indépendance.

LE TERROIR

LA JUSTE RÉMUNÉRATION D'UN RÉSEAU DE PARTENAIRES ENGAGÉS

En plaçant l'humain au coeur de sa stratégie, le Marché de Léopold a su en douze années, construire un réseau de fournisseurs et producteurs partenaires aussi diversifié que solide. Ils sont aujourd'hui plus de 250 auprès desquels l'enseigne s'approvisionne sans concession au regard du cahier des charges strict qu'elle s'impose.

Parmi les clauses principales:

**l'obligation
d'être producteur
et non transformateur**

**l'implantation à moins
de 100km du magasin
pour les produits locaux**

**une proposition alimentaire
100% certifiée bio**

En contrepartie, le Marché de Léopold noue des partenariats équitables de long terme avec ses fournisseurs et producteurs en s'engageant sur les volumes et les prix

LA CONSOMMATION RAISONNÉE

LE LOCAL ET LE VRAC AU FIL DES LIEUX ET DES SAISONS

À travers plus de 7 000 références de produits alimentaires et non-alimentaires, certifiés bio ou 100% naturels, Le Marché de Léopold fait évoluer la proposition de ses enseignes avec leurs implantations, en adaptant ses rayons à la localisation de ses points de vente... et aux saisons ! Ainsi, chaque boutique propose ses propres spécificités et savoir-faires locaux et s'approvisionne auprès de producteurs voisins, uniquement de produits de saison. Une façon aussi pour l'entreprise de nourrir le lien entre les consommateurs et leurs producteurs.

Enfin la part de produits distribués en vrac est, chaque année, de plus en plus importante : 250 références sont aujourd'hui présentées et représente 10% du CA.

L'ANCRAGE LOCAL

UNE IMPLANTATION QUI S'ÉTOFFE DANS LE GRAND OUEST

Tout en misant sur une croissance qu'il souhaite maîtrisée, le groupement de magasins bio se développe dans l'Ouest à travers des ouvertures régulières. Il comptait fin 2019, 17 enseignes réparties entre Saint-Pierre-du-Mont (40) et Tours (37). 2020 accueille trois nouveaux points de vente. Courant mai, c'est Ancenis (44) qui lançait le bal des ouvertures de l'année. Le Mans (72) puis Libourne (33) ouvriront quant à eux leurs étales au grand public dès octobre et porteront le nombre d'enseignes du réseau à 20 !



LA COMMUNAUTÉ

TERREAU DE BELLES HISTOIRES

En plaçant l'humain - qu'il soit producteur, collaborateur ou consommateur - au coeur de sa construction, le Marché de Léopold s'est fait, en 12 ans, témoin de belles histoires.

Celles de rencontres, qui ont permis la reconversion de porteurs de projets et leurs pérennisation à l'image de la Savonnerie du Vigneau ou de la Fourmi Lili (créateur d'accessoires textiles écoresponsables) à la Roche-sur-Yon, ou encore celle de Guillaume, ancien de chez Léopold devenu producteur d'œufs bio avec les Cocottes Heureuses près de Poitiers.

Celles d'évolutions professionnelles, à l'image de Lionel, Pascal, Laurie, Marion, entrés en tant qu'équipiers libre service et aujourd'hui sous des postes à responsabilités.

LÉOPOLD GÂTE SES CLIENTS LES PLUS FIDÈLES

Pendant 3 jours, l'enseigne offrira -15% sur les achats effectués en magasin et un concours réservé aux détenteurs de la carte fidélité sera mis en place (1500€ de courses répartis avec un 1er lot de 500€ et 20 lots de 50€ directement crédités sur les cartes fidélité seront à gagner).



À propos du Marché de Léopold

Le premier Marché de Léopold voit le jour en 2008, à l'initiative de Benjamin Quiras. Entrepreneur, il souhaite démocratiser la consommation de produits bios, en privilégiant les circuits courts. Aujourd'hui, l'enseigne possède 21 points de vente répartis sur l'ouest de la France (Langon, Eysines, Angoulême, Saint-Benoît, Mont-de-Marsan, La Roche-sur-Yon, Gujan-Mestras, Poitiers Centre, Bergerac, Villeneuve-sur-lot, Saint-Cyr-sur-Loire, Poitiers Est, Brive-la-Gaillarde, Limoges, Saintes, Villenave d'Ornon, Le Pian Médoc, Poitiers Biard, Ancenis, Libourne et le Mans) et s'impose comme une référence auprès de ses consommateurs. Plus qu'un simple magasin de proximité, on y trouve 7 000 références de produits bio et naturels, un bar à vrac, un service traiteur, ainsi que le Cocon, un espace bien-être intégré dans les boutiques Poitiers centre et de Langon.