



Communiqué de presse  
4 septembre 2024

## Enquête Catalogues promotionnels : trop de malbouffe à l'honneur !

La CLCV a étudié les produits alimentaires mis en avant dans dix catalogues promotionnels de cinq enseignes de la grande distribution\*. Sur les 1349 produits présentés, nous avons relevé beaucoup trop de produits gras, salés et sucrés dont il faut limiter la consommation, des fruits et légumes quasi inexistantes et très peu de produits durables avec la viande et la charcuterie à l'honneur !

### Un tiers des promotions sur des aliments à limiter

Le Programme national nutrition santé (PNNS) recommande de limiter la consommation de certaines catégories d'aliments telles que charcuteries, viandes (hors volaille), confiseries, biscuits et gâteaux, céréales petit-déjeuner sucrées ou encore des boissons sucrées. Pourtant, ils représentent plus du tiers (37%) des promotions des catalogues étudiés. Lidl en tête (44%), suivi de E. Leclerc (40%), Système U (37%), Carrefour (36%) et Intermarché (31%).

**41% des promotions ciblent des produits de Nutri-Score D ou E.** Ce sont principalement des fromages, des charcuteries, des biscuits et gâteaux et des produits chocolatés. Ils représentent 43% des promotions chez Carrefour, 42% chez Système U, 41% chez Lidl, 39% chez E. Leclerc et 37% chez Intermarché. À noter que seulement **un tiers des produits des catalogues enquêtés affiche le Nutri-Score.**

### Fruits, légumes et légumineuses : les oubliés des promotions

Alors que le PNNS recommande d'augmenter la consommation de fruits, légumes, légumineuses et fruits à coque, seulement **3% des promotions ciblent des fruits frais, 5% des légumes frais et 2% des légumes cuisinés.** C'est l'enseigne Lidl qui présente le plus de promotions sur ces produits (16%), suivie par Carrefour (10%), Intermarché (9%), Système U (8%) et E. Leclerc (7%). Seulement 1% de promotions ciblent les légumineuses, toutes enseignes confondues.

### Près de 50% de promotions sur des produits d'origine animale

15% des promotions concernent des produits laitiers, en majorité des fromages (52 %), des yaourts sucrés et desserts lactés (30 %). Une promotion sur dix cible de la charcuterie. Suivent les viandes (8%), en tête de liste la volaille et le bœuf, et le poisson (8%). C'est Intermarché qui présente le plus de promotions, 55%, sur ces produits contre 40 % pour Lidl. Mauvais point pour E. Leclerc où les charcuteries figurent en tête des promotions (16%).

### Moins de 10% des promotions sur des produits bio

Seuls 6% des produits en promotion sont issus de l'agriculture biologique, d'autres labels de durabilité étant présents de façon anecdotique. Alors que les pouvoirs publics encouragent à augmenter la part de produits bio dans son alimentation, ils restent chers pour les consommateurs. Davantage de promotions sur ces produits

serait bienvenu ! À noter que la plupart des viandes et des poissons ne présentent aucune labellisation laissant à penser qu'ils sont issus de modes d'élevage intensifs ou de pêche non durable<sup>1</sup>.

### **Améliorer la qualité des produits proposés en promotion**

Face à ces constats, la CLCV formule plusieurs demandes aux enseignes<sup>2</sup> et aux pouvoirs publics afin d'améliorer la qualité de l'offre de produits alimentaires proposés dans les catalogues promotionnels.

Nous demandons aux enseignes d'afficher systématiquement le Nutri-Score des produits dans les catalogues et newsletters promotionnels, d'intégrer au minimum 50% de produits de Nutri-Score A et B et d'augmenter la part d'aliments sains et durables comme les fruits, légumes, céréales et légumineuses.

Nous appelons les pouvoirs publics à rendre obligatoire le Nutri-Score dans toutes communications promotionnelles, à limiter à 10% les promotions sur des produits notés D et E (41% aujourd'hui) et à interdire les promotions sur les produits de Nutri-Score D et E à destination des enfants.

*\*Relevé réalisé entre février et avril 2024 auprès de 5 enseignes (2 catalogues par enseigne) : Carrefour, Intermarché, Leclerc, Lidl, et Système U.*

**Contact : François Carlier : 06 12 41 18 01**

---

<sup>1</sup> Rapport RAC « [L'heure des comptes pour les supermarchés](#) » 2023

<sup>2</sup> Nous avons envoyé des courriers aux 5 enseignes. Seule l'enseigne Système U a répondu à ce jour.