

Leclerc évoque les difficultés techniques du report du Black Friday

Par exemple, «tous nos catalogues sont partis donc on va devoir faire passer des erratum», souligne Michel-Edouard Leclerc.

Par **Le Figaro**

Publié il y a 3 heures, mis à jour il y a 1 heure



Michel-Edouard Leclerc, patron des centres Leclerc AFP

Michel-Edouard Leclerc, patron des centres Leclerc, confirme sur CNews que ses magasins «*ont reporté*» le Black Friday au 4 décembre. Il reconnaît toutefois que l'on peut trouver «*des promos dans nos magasins*» qui n'ont aucun lien avec le Black Friday. Ce dernier ajoute que certaines promotions en lien avec cette campagne promotionnelle ont pu échapper à leur vigilance. «*La difficulté technique est que nos*

catalogues sont partis donc on va devoir faire passer des erratum», se défend-il. «Si vous allez avec votre caméra vous trouverez des erreurs partout», indique-t-il.

À VOIR AUSSI - Produits non-essentiels: Michel Edouard-Leclerc dénonce de la «jalousie, de la fronde» qui ont poussé Jean Castex a «tout fermer»

Concernant la réouverture des magasins: *«Plus tôt on rouvre, plus on étale les flux et mieux ce serait gérable sur le plan sanitaire. La thèse des centres Leclerc est que cela se fasse le plus tôt possible»,* indique Michel-Édouard Leclerc. Ce dernier milite en outre sur une ouverture *«tous les dimanches»* avant Noël *«il faut pouvoir étaler les venues des clients dans le temps».*

25% des profits seront alloués aux salariés

Il affirme en outre que *«tout le monde profitera»* des bénéfices réalisés pendant ce confinement puisque *«25% des profits seront alloués aux salariés des centres Leclerc»,* souligne-t-il.

À propos de la vente de jouets en ligne : *«Le Click & Collect c'est marginal on n'était pas organisé pour le faire»,* précise le patron de la chaîne de supermarchés. *«Il y a largement du stock de jouets, ce qu'on lit à ce sujet c'est pipo!»,* précise-t-il.

Sur les critiques adressées à Amazon, *«le meilleur moyen de challenger Amazon est de se mettre au numérique»,* estime-t-il. *«La crise accélère l'économie digitale (...) 1 million de consommateurs sont venus dans nos magasins par le drive»,* indique-t-il.

Services :Retrouvez les dernières offres et promotions My Bouddha