



Alimentation

L'achat en vrac entre dans les habitudes de consommation

“

Selon une étude du Réseau Vrac et Nielsen, le vrac est entré dans les habitudes de 5,4 millions de foyers français. Il ne peut désormais plus être considéré comme un comportement d'achat de niche mais se révèle bel et bien régulier. Des acteurs, souvent engagés, s'impliquent dans son développement et sa commercialisation.

”

L'achat en vrac séduit de plus en plus les Français. La principale raison, selon Réseau Vrac, c'est la possibilité de mieux calibrer ses courses. « Acheter la juste quantité permet de moins dépenser. Plus ou moins remplir ses flacons ou charger ses sacs en coton ou en papier, c'est le principe même du vrac. Cette démarche est donc intrinsèquement liée à l'aspect économique de l'acte d'achat. On achète juste ce qu'il nous faut ! » explique Célia Rennesson, directrice de l'association Réseau Vrac fédérant plus de 1 800 professionnels de la filière. Suivent des raisons écologiques et d'alimentation. Pour 22 % des consommateurs, faire ses courses en vrac permet de réduire considérablement ses déchets d'emballages jetables mais aussi d'acheter des produits plus sains et plus naturels (10 %).

Un marché en plein boom

Mais qui sont ces acheteurs de vrac et combien sont-ils ? Selon une étude du réseau Vrac et Nielsen, 37 % des foyers français se déclarent acheteurs de vrac en 2020 ; 46 % achètent en vrac au moins une fois par mois, ce qui représente 5,4 millions de foyers français, soit un foyer sur cinq. « On a tendance à croire que l'acheteur de vrac est un consommateur bobo. Cette étude nous prouve le contraire. Il y a autant de cadres sup que d'ouvriers (14 %). Ce qui va faire la différence, c'est le distributeur qu'ils vont choisir pour faire leurs courses », ajoute-t-elle. Les lieux favoris des consommateurs pour acheter en vrac restent en majorité les grandes surfaces (61 %). Suivent les magasins bio spécialisés (52 %), les marchés de plein air (13 %) puis les magasins spécialistes du vrac (10 %).

Pour les acheteurs réguliers de vrac (un achat minimum par mois), le réseau spécialisé devient le principal réseau de distribution (63 %). 53 % des acheteurs vrac ont plus de 50 ans, 40 % habitent en zones rurales ou villes de moins de 20 000 habitants, 38 % sont retraités et 31 % vivent seuls. Le marché du vrac continue de se développer avec une croissance de 8 % en 2020, mais cette belle per-



Le bar à céréales de la marque Kellogg's à Intermarché Noisy-le-Grand.

formance est néanmoins nettement ralentie par rapport au bond de 41 % enregistré en 2019, à cause de l'inaccessibilité des rayons en vrac suite aux restrictions liées à la Covid-19. Ce qui n'empêche pas Réseau Vrac d'affirmer des prévisions ambitieuses pour ce marché, qui devrait atteindre 3,2 milliards d'euros pour 2022. « La consommation du vrac est revenue au niveau d'avant crise, le parc de magasins et l'offre s'étendent », ajoute Célia Rennesson.

Le cadre législatif évolue

Encadré par la loi Agec n° 2020-105 du 10 février 2020 (article L120-1), la vente en vrac fait partie des mesures choisies pour sortir du plastique jetable, l'objectif du gouvernement étant d'atteindre 5 % d'emballages réemployés mis sur le marché en France en 2023 et 10 % en 2027. « Un observatoire sera

mis en place cette année avec des objectifs à cinq ans, notamment l'obligation pour tous les commerces d'accepter les contenants propres pour le vrac et l'obligation pour les grandes surfaces de plus de 400 m² de proposer des contenants réemployables propres », précise Marthé Castaing, chargée du développement des entreprises chez Cluster Bio. Les Sico aussi devront s'adapter pour permettre la vente en vrac au plus tard au 1^{er} janvier 2030. A compter de 2026, la vente de fruits et de légumes dans les commerces de détail devra avoir lieu sans plastique et il sera interdit d'apposer des étiquettes directement sur les fruits et les légumes à l'exception des étiquettes home compost, au plus tard le 1^{er} janvier 2022. Le projet de loi Climat et résilience issu de la Convention citoyenne fixe, lui, d'autres obligations : un objectif de 20 % de la surface de vente consacrés d'ici 2030 à la vente en vrac pour les commerces de plus de 400 m² dans le but de réduire les emballages. « L'enjeu est d'aménager cette définition avec les services à la coupe comme le fromage, la charcuterie, la poissonnerie. Il va falloir que l'ensemble de ces rayons à la coupe ou en libre-service proposent aux consommateurs un contenant non-jetable », précise Célia Rennesson. De quoi chambouler quelque peu l'organisation et la logistique des grandes surfaces qui se sont pour la plupart déjà familiarisées avec le vrac mais uniquement sur la vente de produits secs. ■

Alison Pelotier

* Signes d'identification de qualité et d'origine.

Des grandes marques se lancent

Des grandes marques de la grande distribution et du commerce se sont mises au vrac. Casino s'est lancé dans la commercialisation de vin, d'huile, de vinaigre et de gel hydroalcoolique, alors que Nestlé teste son café en vrac dans ses boutiques en Suisse. De son côté Kellogg's a lancé un bar à céréales dans trois magasins Intermarché et chez Day by Day, là où Babybel a aussi choisi de tester des mini portions de fromage en vrac dans six de ses boutiques. Du côté des produits liquides, l'Occitane propose depuis juin 2021 cinq « refill stations » pour se réapprovisionner en gels douche, shampoings et savons dans huit de ses boutiques. Depuis mars dernier, la marque de cosmétiques The Body Shop s'est également lancée dans le vrac. D'ici fin 2021, 47 de ses magasins seront équipés de « refill stations » sur une douzaine de produits phares. ■

A. P.

TENDANCES /

La vente en vrac se développe sur le net

Nouvelle tendance de consommation très en vogue ces dernières années, le vrac se développe aujourd'hui sur le web. De nombreux sites et applications permettent désormais aux consommateurs de concilier praticité de l'achat en ligne et consommation responsable. Structurer le marché du vrac et amplifier la consommation zéro déchet : telle est la promesse des nouveaux acteurs de la vente en ligne de produits en vrac. Mais si le vrac est aujourd'hui un peu partout, peu de sites internet lui sont entièrement consacrés. Exception notable, Koro propose une large palette de produits allant des fruits secs au petit déjeuner sans oublier une belle collection de boissons emballées dans des matériaux recyclables. Citons aussi Mes courses en vrac, dont la gamme est plus centrée sur les produits de la maison que sur l'alimentaire. Calqué sur le modèle des autres sites de vente en ligne, ils per-

mettent au consommateur de remplir son caddy et de commander directement ses produits en choisissant son mode de livraison. Pour la plupart des autres sites internet, le vrac constitue une sous-catégorie de produits parmi d'autres. C'est le cas du site internet La Fourche, spécialisée dans le bio, dont la rubrique vrac se compose essentiellement de féculents, de fruits secs et de légumineuses. Même chose pour Aurore Market, qui propose aussi des produits apéritifs, des chocolats et des confiseries.

Encore peu d'applications disponibles

La plateforme Webulk a elle choisi un autre créneau : l'aide aux professionnels. Elle permet aux épiceries vrac de commander leurs produits directement auprès de producteurs bio engagés dans le zéro déchet. De la même manière, elle se veut également être un véritable outil

d'accès au marché du vrac pour les producteurs. Très populaire, Webulk pourrait prochainement investir le terrain des smartphones, encore très peu exploré par les acteurs de la vente en ligne de produits en vrac. Les quelques applications mobiles qui existent aujourd'hui sont encore limitées au recensement d'acteurs locaux ayant adopté le vrac. C'est le cas de l'application TupTop, qui se définit comme la « carte zéro déchet » permettant de retrouver les acteurs du vrac près de chez soi. Le projet Day by Day, lancé en 2013, va lui encore plus loin. Premier réseau d'épicerie 100 % vrac de France avec 75 enseignes, il dispose d'un site internet et d'une application qui permettent non seulement de localiser les professionnels sur le territoire mais aussi de faire sa liste de courses en piochant dans une liste de 750 produits proposés sans emballage superflu. ■

Pierre Garcia



L'application TupTop permet de recenser les enseignes qui ont adopté le vrac.



62 % des foyers français souhaitent plus de produits en vrac dans leurs magasins. 54 % souhaitent des marques déjà connues en vrac.

REPORTAGE / L'association Vrac favorise le développement de groupements d'achat dans les quartiers prioritaires d'une dizaine de villes dont Lyon. Si le projet de l'association est orienté vers l'accès pour tous à des produits de qualité, sa volonté est aussi de limiter les coûts intermédiaires et superflus tels que les emballages. Reportage à Saint-Fons (Rhône) lors d'une distribution de commandes aux habitants du quartier.

Des groupements d'achat pour limiter les coûts d'emballage

Installée en plein cœur d'un quartier « politique de la ville » à Saint-Fons, la Casaline, épicerie sociale et solidaire, accueille ce mercredi 9 juin après-midi les bénévoles de Vrac (Vers un réseau d'achat en commun). Au total, elles sont cinq à prêter main forte à Julia Lévêque, chargée de mission de l'association. « Cet après-midi, nous avons une trentaine de commandes à préparer avant que les adhérents viennent les récupérer », explique Jo, bénévole depuis les débuts de Vrac à Saint-Fons. Dans les cartons tout juste arrivés de la plateforme logistique de Vaulx-en-Velin, plusieurs dizaines de kilos de produits en vrac doivent être répartis dans des plus petits contenants. La liste est longue : lentilles, pois chiches, plusieurs gros bidons d'huile d'olive, amandes, pois cassés, raisins secs, pâtes, riz semi-complet, farine, sucre ou encore lessive liquide et bicarbonate de soude...

« Notre logisticien reçoit les commandes de nos quinze groupements d'achat. Il fait un premier tri puis chaque groupement recense les quantités exactes nécessaires à ses commandes », précise Julia Lévêque. Les habitants viennent avec leurs emballages, leurs bouteilles et le passage du vrac au détail se fait habituellement avec eux. Pour respecter les règles sanitaires liées à la Covid-19 et éviter trop de manipulations, certaines habitudes ont changé, du moins temporairement. L'idée néanmoins, c'est vraiment que chaque adhérent soit autonome dans l'achat et la prise de ses



Les bénévoles de Vrac Saint-Fons recensent les quantités de chaque commande avant l'arrivée des adhérents à la Casaline, épicerie sociale et solidaire.

quantités, accompagné par les bénévoles du groupement », souligne-t-elle.

Une charte de sélection des producteurs

Limiter les coûts intermédiaires et superflus comme les emballages fait partie des prérogatives fixées par Vrac dès sa création en décembre 2013. Grâce à ses nombreuses commandes groupées et livrées une fois par mois pour chaque groupement, l'association bénéficie de

prix de gros intéressants ou de réductions liées à la politique RSE [responsabilité sociétale des entreprises] des entreprises partenaires. Résultat : les prix proposés aux 1 000 foyers adhérents restent abordables. Attaché au « bien manger pour tous », l'association Vrac tient aussi à créer des liens avec des producteurs locaux, comme avec son producteur de comté, la fromagerie La Combe du Val à Saint-Martin-du-Fresne dans l'Ain. Cet après-midi, c'est Julia

et Joachim, chargés de développer le projet au sein des universités lyonnaises, qui s'occupent de couper les quarts ou les demi-meules de comté, au gramme près pour chaque adhérent. « On essaie d'être le plus précis possible pour ne pas gaspiller ou mettre plusieurs petits morceaux de fromage dans un même sachet. L'idée, c'est qu'on ait un beau morceau comme chez le fromager », précise Julia, le couteau à la main et la balance sous ses yeux.

Quant aux producteurs, « nous tenons à privilégier les circuits courts et à avoir une démarche vertueuse envers eux. Ils fixent le prix qui leur semble juste et nous le respectons. On prend beaucoup de temps pour les rencontrer et les choisir sur la base de leurs valeurs agricoles et sociales... On a même établi depuis peu une charte de sélection », tient à souligner Joachim Robert. Le but, s'accorder à dire les deux salariés de l'association, c'est aussi de « repenser sa manière de faire ses courses, acheter de la qualité tout en limitant les frais accessoires. Et cette démarche doit pouvoir être accessible à tous, y compris à ceux qui n'ont pas les moyens de passer par les circuits de distribution ordinaires ». ■

Alison Pelotier

VRAC LYON EN CHIFFRES

- 7 groupements d'achat : Saint-Fons, Villeurbanne Les Buers, Oullins, Vénissieux Parilly, Givors, Lyon 5^e (Sœur Janin) et Lyon 8^e (Paul Santy).
- 25 producteurs/fournisseurs différents répartis sur l'année.
- 120 références.
- 3 000 bénéficiaires. ■