

TRANSFORMATION TENDANCE DES MARCHÉS

LA VENTE EN VRAC

UNE TENDANCE EN DÉVELOPPEMENT

D'après l'association Réseauvrac, spécialiste de la question (cf. encart), le marché du vrac hors frais a été multiplié par 5 en 4 ans, passant ainsi de 100 à 500 millions d'euros de chiffre d'affaires fin 2017. Cependant, seulement 0,5% des français consomment régulièrement en vrac.

Le terme « vrac » s'applique à la vente de produits non pré-emballés, ce qui permet au consommateur de choisir librement sa quantité. Cela concerne essentiellement les fruits et légumes, mais également les produits achetés à la coupe, comme le fromage, la charcuterie ou la boucherie ; on parle alors de « vrac frais ». Le « vrac hors frais » désigne les produits secs et liquides tels que les féculents et légumineuses, les céréales, les biscuits, les épices, les huiles, ou encore la lessive.

Concernant le réseau de distribution, le nombre de points de vente en France est en pleine expansion. On compte aujourd'hui plus de 160 épiceries vrac spécialisées. Le réseau bio est très présent sur le marché, avec environ 80% des magasins qui sont équipés. En revanche, du côté du réseau de distribution généraliste, seulement 20% environ des grandes surfaces, tous formats confondus, sont équipées d'un rayon.

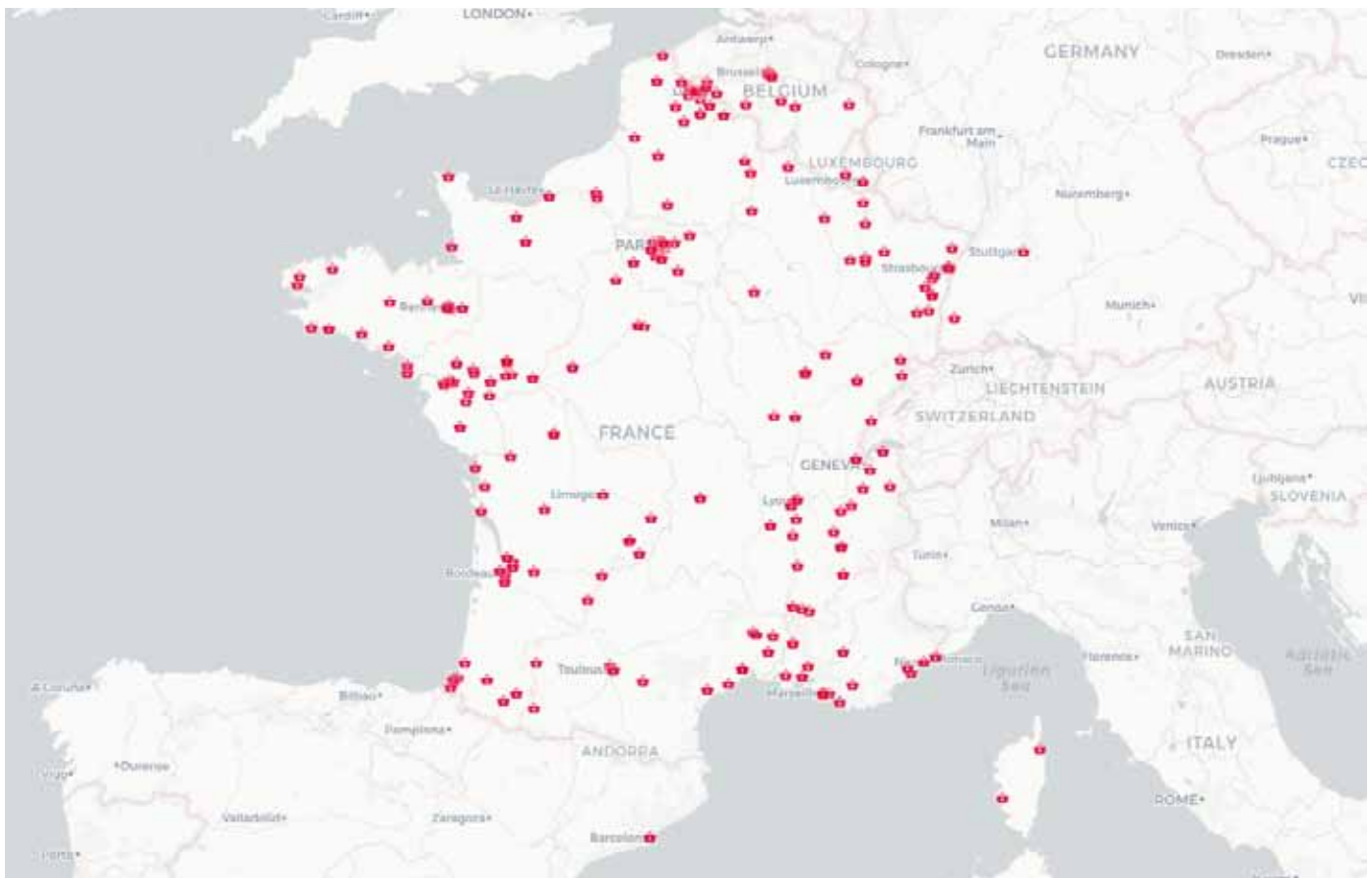
La gestion d'un rayon vrac requiert du temps, de la manutention, du suivi, et un investissement initial important. Autant de paramètres à prendre en compte pour analyser la dynamique de développement de ce marché.

DE NOUVEAUX DÉFIS POUR DYNAMISER LA CONSOMMATION

Inéluctablement, le développement de la consommation de produits vendus en vrac pousse à étoffer l'offre en magasins. Ceux-ci doivent répondre à plusieurs défis afin de gagner la confiance des consommateurs.

Le premier élément clé est la gestion des bonnes pratiques d'hygiène au sein du rayon. En effet, les produits vendus en vrac doivent être transvasés dans des bacs ou des silos qui requièrent un nettoyage régulier, a minima à chaque

LA CARTE DES ÉPICERIES 100% VRAC



Publiée le 07/12/2018 sur le site de France Inter <https://www.franceinter.fr/societe/exclusif-la-carte-des-epicerie-100-vrac>



Célia RENNESSON, le 4/07/16 <http://socialter.fr>

RESEAU VRAC est une association interprofessionnelle dédiée au vrac, fondée en 2016, qui compte près de 500 professionnels de la filière : porteurs de projet, commerçants et fournisseurs. Elle organise des formations, ainsi que la deuxième édition du Salon national des Professionnels du Vrac le 27 mai 2019 à Paris.

Pour en savoir plus :
<https://reseauvrac.org>

rédigé par
Flavie TIRET
Interbio Nouvelle-Aquitaine

Sources :
Reseauvrac, Biolinéaires, LSA

TRANSFORMATION TENDANCE DES MARCHÉS

changement de lot. Par ailleurs, le rayon doit être surveillé et nettoyé régulièrement afin de rester propre et accueillant tout au long de la journée. En outre, la dimension de conseil liée à ce type de vente, nécessite la présence de personnel formé. Le rayon nécessite donc une main d'œuvre formée et dédiée, ce qui peut générer des coûts supplémentaires. Il est cependant primordial d'instaurer un climat de confiance, notamment vis-à-vis de la qualité et de la traçabilité des produits, en l'absence des repères habituels retrouvés sur l'emballage des produits, à commencer par la marque.

LEVER LES FREINS TECHNIQUES, ÉCONOMIQUES ET RÉGLEMENTAIRES

Par ailleurs, l'offre de produits disponibles en vrac est aujourd'hui limitée, du fait de freins réglementaires, techniques et économiques. Pour exemple, le Règlement européen CE 29/2012 du 13 janvier 2012 impose que l'huile d'olive soit présentée au consommateur final pré-emballée et dans des contenants d'une capacité maximale de 5 litres. Par conséquent, la deuxième huile consommée en France ne pouvait pas être vendue en vrac. Grâce à l'action des professionnels, les autorités françaises ont procédé à des aménagements, mais la mise en place opérationnelle demeure contraignante. Seuls les commerçants vrac qui possèdent un numéro de conditionneur final auprès de FranceAgriMer peuvent désormais en proposer à leurs clients, sous certaines conditions. Ainsi, la quantité délivrée doit rester inférieure à 5 litres, le commerçant doit servir le consommateur sous ses yeux, l'étiquette doit relier le bouchon à la bouteille... entre autres exigences. Plus largement, les produits secs sous Signes Officiels de la Qualité et de l'Origine (SIQO) sont encadrés par des cahiers des charges qui ne prévoient pas encore la vente en vrac ; les produits fragiles comme la compote ou les boissons végétales n'ont pas encore de solution économiquement viable et qui garantisse l'hygiène attendue. Tous ces paramètres expliquent la limitation de l'offre vrac aujourd'hui disponible.

Enfin, pour prendre l'exemple d'un frein technique, le vrac sous-entend un usage intensif des balances. L'opérateur Bizerba, spécialiste de la pesée, a présenté au Retail's Big Show une nouvelle machine spécifiquement conçue pour le vrac, et qui intègre une aide tout au long du parcours d'achat. Ainsi, le consommateur peut lire sur l'écran de la balance les instructions à suivre : il pèse le contenant vide, le remplit puis l'étiquette. L'application est combinée à une balance sur pied, qui sert également au comptage d'articles vendus à la pièce, comme le pain ou les viennoiseries par exemple. Le client est ainsi autonome pour gérer la pesée et l'étiquetage.

UN GESTE DE PLUS POUR UNE VIE " DURABLE "

Chaque année, 8 millions de tonnes de plastique finissent dans les océans. De plus en plus de consommateurs cherchent à limiter l'impact sur l'environnement de leurs gestes quotidiens. L'achat de produits en vrac fait partie des solutions disponibles. Mais pour soutenir le changement de pratiques dans la consommation, il est nécessaire d'éduquer et de sensibiliser les citoyens.

En Allemagne, Original Unverpackt, le premier supermarché sans emballage, a proposé une solution pour réduire les 250 kg de déchets produits par personne en moyenne chaque année. Inauguré en 2014 dans le quartier alternatif de Berlin Kreuzberg, ce magasin de 85m2 propose également des contenants biodégradables et/ou réutilisables, que les clients peuvent acheter ou emprunter contre le paiement d'une consigne. La majorité de la gamme de produits, constituée de 600 références, est approvisionnée en local autour de Berlin, dans des conteneurs et des boîtes réutilisables. D'autres démarches globales de ce type existent à Munich (Ohne) et Mannheim (Eddie's). Une trentaine d'initiatives locales émerge dans les grandes villes de Nouvelle-Aquitaine (La Décharge à Bordeaux, Un Bol d'Air à La Rochelle, etc.). Une offre bio régionale doit être développée afin de renforcer cette dynamique. Une étude de marché va être menée par la profession en ce sens.