

I. Maîtrise des quantités et réduction des emballages: le vrac a le vent en poupe.

Nous avons évoqué dans une rubrique précédente, la chasse aux emballages plastiques. Des industriels de l'agroalimentaire tentent de se passer de ce qui est devenu une menace pour l'environnement. N'y a-t-il pas d'autres démarches possibles pour, encore, réduire l'impact du plastic?

Un marché de niche se met, tout doucement en place. Son but est de permettre au consommateur de maîtriser ses quantités et donc son budget, de réduire les emballages et de consommer des produits locaux et de saison. Il s'agit de la vente en vrac qui est dans l'air du temps pour les raisons que je viens d'évoquer.

Je n'ai pas encore vu beaucoup de ces magasins spécialisés dans la vente en vrac.

C'est la définition de niche que vous mettez en évidence. Il faut chercher car les points de vente sont rares mais il faut aussi être motivé pour s'approvisionner dans une épicerie vrac. Je reprends le témoignage d'une consommatrice. Elle est devenue végétarienne et a trouvé son bonheur, à Bordeaux (je sais ce n'est pas la porte à côté) dans une épicerie. Son nom est explicite « La recharge ». Cette épicerie a réintroduit le système de consigne avec l'objectif de travailler en circuit court avec des producteurs locaux. Son gérant a eu le nez creux car sa clientèle a quadruplé en quatre ans.

Une hirondelle ne fait pas le printemps. A quand une multiplication de ces épiceries ?

Il existe une organisation de la filière vrac. Elle fédère 600 acteurs et cocorico la France est en avance sur ses homologues européens.

Quelques chiffres à l'appui de ma démonstration. De 15 épiceries spécialisées dans le vrac il y a quelques années, la France en compte désormais 200, loin devant la Belgique, l'Allemagne et la Grande-Bretagne. De plus selon le Credoc (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie), 47% des Français ont acheté au moins une fois en 2018 des produits alimentaires en vrac, contre 32% en 1998.

Qu'est ce qui explique ce retour aux anciennes pratiques d'achat ?

Au moins trois raisons peuvent l'expliquer. Le commerce de bouche et de proximité est ancré dans nos souvenirs, le vrac est pratiqué par exemple dans les Biocoop et le zéro déchet séduit de plus en plus.

Vous parlez de vrac pouvez vous préciser ce que vous entendez par là?

Vous aimeriez que je développe un peu cette notion. D'accord pour le faire très bientôt.

Avril 2019 Serge AVEILLAN

II. Maîtrise des quantités et réduction des emballages: le vrac a le vent en poupe.

Retour sur la réduction des emballages. J'aimerais que vous précisiez cette notion de vrac.

Et bien littéralement, "le vrac est la vente de produits à la pesée, donc au poids, et non pré-emballés". Il faut savoir que l'alimentaire compte pour 80% de l'offre, le reste étant de l'hygiène/beauté.

Autre interrogation ? Qui sont les clients de ce mode de consommation ?

Je vous propose cette définition qui rejoint la préoccupation de nombreux consommateurs. «Si le vrac connaît un tel développement, c'est que les clients sont précautionneux sur ce qu'ils consomment, qu'ils veulent plus de transparence, de sain et de bio, et qu'ils sont attachés à l'origine et la traçabilité des produits qu'ils achètent.

Ce besoin qu'expriment les consommateurs intéresse la grande distribution. Une enseigne comme Franprix a ainsi équipé, en seulement six mois, au moins 150 de ses magasins de rayons vrac. Quant à Carrefour il vient de lancer son opération "apporte ton contenant". Il propose à ses clients d'apporter leurs boîtes ou bocaux pour qu'y soient servis "les produits des stands en vente assistée": poissonnerie, boucherie, charcuterie, fromagerie et pâtisserie.

Je reviens sur ma question ! Qui sont les ces consommateurs ?

Les études montrent qu'il n'y a pas de portrait type de consommateur de vrac.

"Il y a les engagés-pragmatiques, très concernés par les impacts environnementaux et qui cherchent à maîtriser quantités et tarifs. Viennent ensuite les curieux, à la recherche d'un bénéfice personnel, et enfin les pressés, qui viennent chercher des produits de grignotage.

C'est en 2013 que ce retour en arrière est apparu. Cette habitude de consommation était en voie de disparition. Les consommateurs trouvaient leur compte dans les rayons des grandes surfaces. La nouveauté c'est que la réponse aux attentes des consommateurs est complète et se retrouve sur tous les circuits de distribution.

Pour compléter ma réponse sachez que malgré le développement du réseau d'épicerie seule une minorité (moins de 1 % de la population) s'est engagée de manière régulière dans ce mouvement. Pour assurer son développement et avoir un impact en terme de réduction du gaspillage alimentaire et des emballages, il faut augmenter le nombre de produits vendus en vrac et proposer une offre à moins de 10 minutes de chez soi". Petit bémol faire du vrac industriel ou qui vienne du bout du monde ne rime à rien.