

LE VRAC DANS LE PARC



INTRODUCTION

Suite à la sollicitation de porteurs de projets et habitants sur le sujet de la réduction des emballages ainsi que de la consommation en vrac, le Parc a diffusé un questionnaire auprès de la population afin de faire un état des lieux et avoir un aperçu des différentes tendances qui se profilent à ce sujet. Et cela, dans l'optique d'établir un **premier diagnostic** et une **analyse** des besoins du territoire concernant ce type de consommation.

Définition de la consommation en vrac :

L'article 41 de la **loi anti-gaspillage et pour une économie circulaire** définit le vrac comme « *la vente au consommateur de produits présentés sans emballage primaire en quantité choisie par le consommateur, dans des contenants réemployables ou réutilisables* ».

Aujourd'hui, la réglementation encourage les grandes surfaces alimentaires à pratiquer la vente en vrac via **2 lois** et un **avis favorable** :

- **La Loi « AGEC »** (n°2020-105 du 10 février 2020)

Relative à **la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire** dans le but de favoriser le réemploi et la réutilisation ainsi que l'économie de la fonctionnalité et servicielle dans le cadre de **la lutte contre le gaspillage**

« Tout produit de consommation courante peut être vendu en vrac, sauf exceptions dûment justifiées par des raisons de santé » publique. (*Extraits de l'article L 120-1 - - art. 41*)

- **La Loi Climat et Résilience** (n° 2021-1104 du 22 août 2021)

Objectif programmatique pour **le vrac** (article 11)

Généralisation en 2025 de la **consigne pour le verre** (article 12)

- **L'Avis N°88** du Conseil National de l'Alimentation (du 7 juillet 2021) :

Evoquant ses recommandations sur la **sobriété des emballages alimentaires** et le développement du vrac et autres pistes d'actions.

AVANT PROPOS

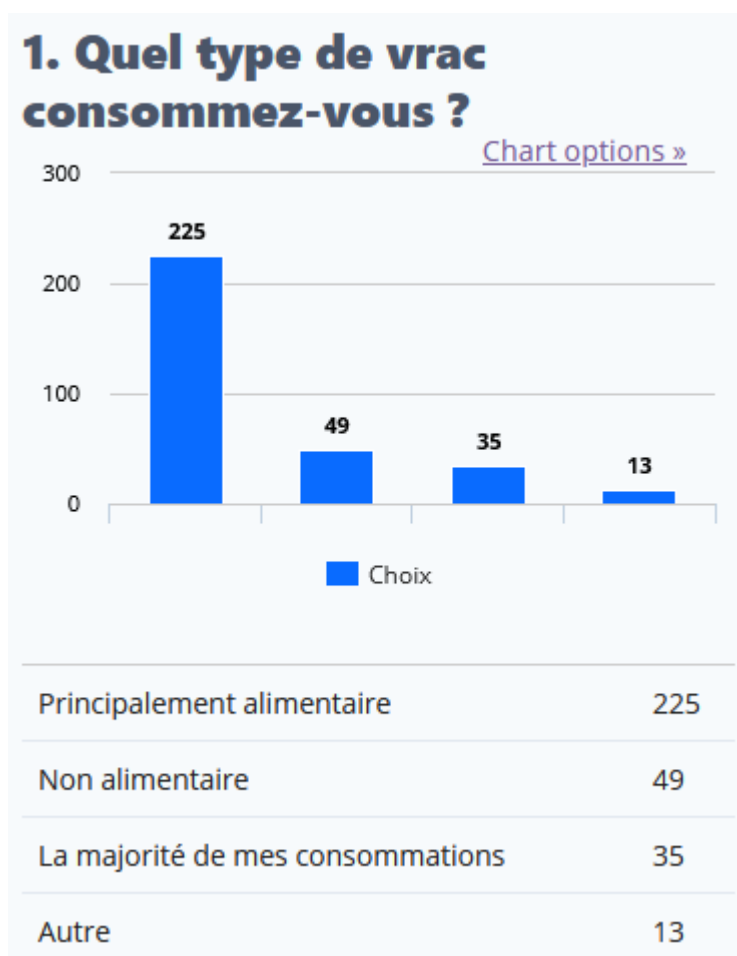
Il convient ici de prendre faire attention aux biais de raisonnement¹ qui peuvent survenir à la lecture de cette analyse. En effet, le questionnaire était intitulé « Consommation vrac dans le Parc », il va de soi que les répondants auront tendance à s'intéresser au sujet du vrac, voire même être déjà des consommateurs de produits en vrac.

Aussi, le nombre de répondants étant assez bas, en aucun cas ce rapport peut prétendre à être représentatifs d'une population, mais plutôt donner une tendance concernant les opinions.

Ce questionnaire à recueilli 281 réponses en l'espace de 2 mois de diffusion via les outils de communication numérique et papier du Parc.

¹ préférer les éléments qui confirment plutôt que ceux qui infirment une hypothèse

ANALYSE des réponses du questionnaire

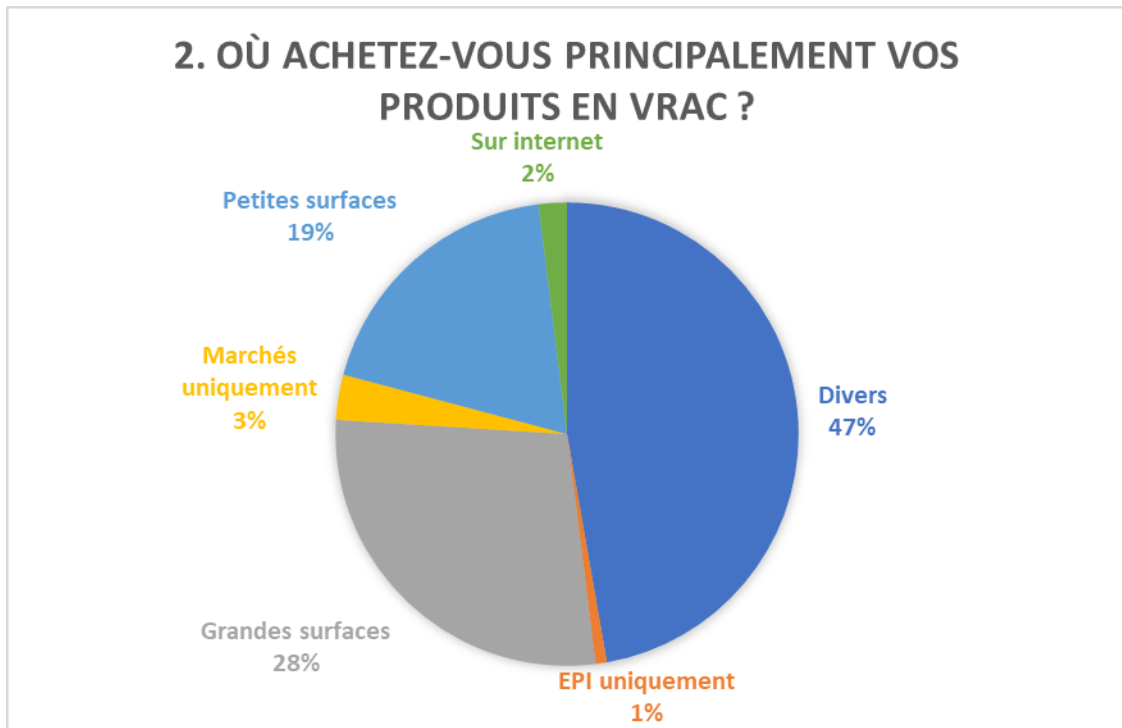


Sur les 319 réponses à cette question, Une grande majorité (225) personnes indiquent consommer principalement des produits alimentaires lorsqu'ils consomment en vrac.

Si autre, vous pouvez préciser ici ?

17 personnes ont apporté une précision.

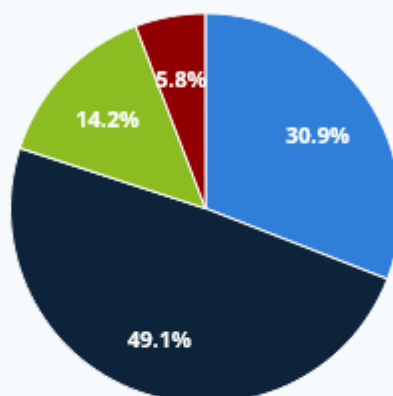
Dans les réponses, il s'agit principalement d'achats de **produits d'hygiène et d'entretien**. Aussi, quelques personnes mentionnent refuser les emballages lors d'achats autres que alimentaires (vêtements, accessoires...).



A travers ces réponses, une tendance s'impose. 47 % des répondants ont indiqué **plusieurs endroits pour leurs achats en vrac**. Cela nous indique qu'une majorité de consommateurs de vrac ne consomment pas uniquement à un endroit mais dans divers lieux d'approvisionnements (ex : marché, Biocoop et épicerie vrac). **Les grandes surfaces** comme lieu d'achat principal pour les produits en vrac ressortent fortement dans les réponses (28 %). **Les petites surfaces** (épiceries bio et vrac) sont aussi mentionnées (19%). On relève aussi que quelques consommateurs consomment du vrac sur les marchés uniquement (3%), des consommateurs de vrac sur internet (via des plateformes comme [La Fourche](#) et [Mon Balluchon](#)) ainsi que des adhérents d'EPIS (1%). Ce graphique nous donne un panel des possibles formes d'achats en vrac.

3. Estimez-vous avoir assez d'offres de produits en vrac proche de chez vous ?

[Chart options »](#)



OUI	85
NON	135
Oui mais il manque certaines gammes de produits	39
Je ne sais pas	16

Ici, on observe que quasiment la **moitié des répondants (49,1 %)** estiment **ne pas avoir assez d'offres de produits en vrac proches de chez eux**.

Plus d'un tiers (30,9 %) estiment avoir assez d'offres de produits en vrac proches de chez eux. Enfin, 14,2 % nous indiquent que même s'ils considèrent avoir assez d'offres de produits en vrac à proximité, il leur manque certaines gammes de produits. 5,8 % indiquent ne pas savoir.

Commentaires (quelles gammes vous manquent ?)

A cette question nous avons recueilli 98 réponses, ce qui montre que plus d'un tiers des répondants estiment ne pas avoir accès certaines gammes de produits en vrac.

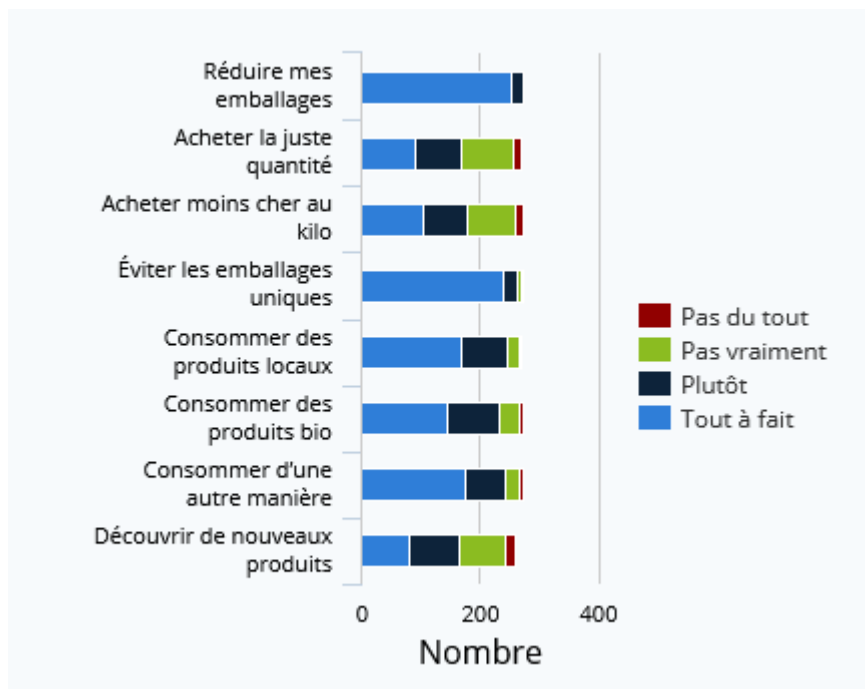
Concernant certains produits spécifiques mentionnées, il s'agit des suivantes : *Poissons, Produits de bricolage, Produits pour animaux, Epices, Mouchoirs jetables, Lait, Produits liquides, Sauces, Produits frais, Céréales.*

Pour une grande majorité des réponses, les répondants **ont indiqué plusieurs types de produits** (ex : Epices, céréales et lait)

Nous remarquons que ces produits sont pour la plupart plus difficiles à trouver en vrac car ils sont souvent soumis à des règles d'hygiène, comme par exemple le lait, les mouchoirs ou poissons. Cependant, certains comme les épices ou les céréales peuvent plus facilement se conditionner en vrac.

Il convient de recontextualiser cette question dans laquelle nous précisons « proche de chez-vous ». Il est possible que l'on trouve sur le territoire du Parc certains de ces produits en vrac mais pas forcément proche de chez les répondants.

4. Diriez-vous que les motivations suivantes vous correspondent ?

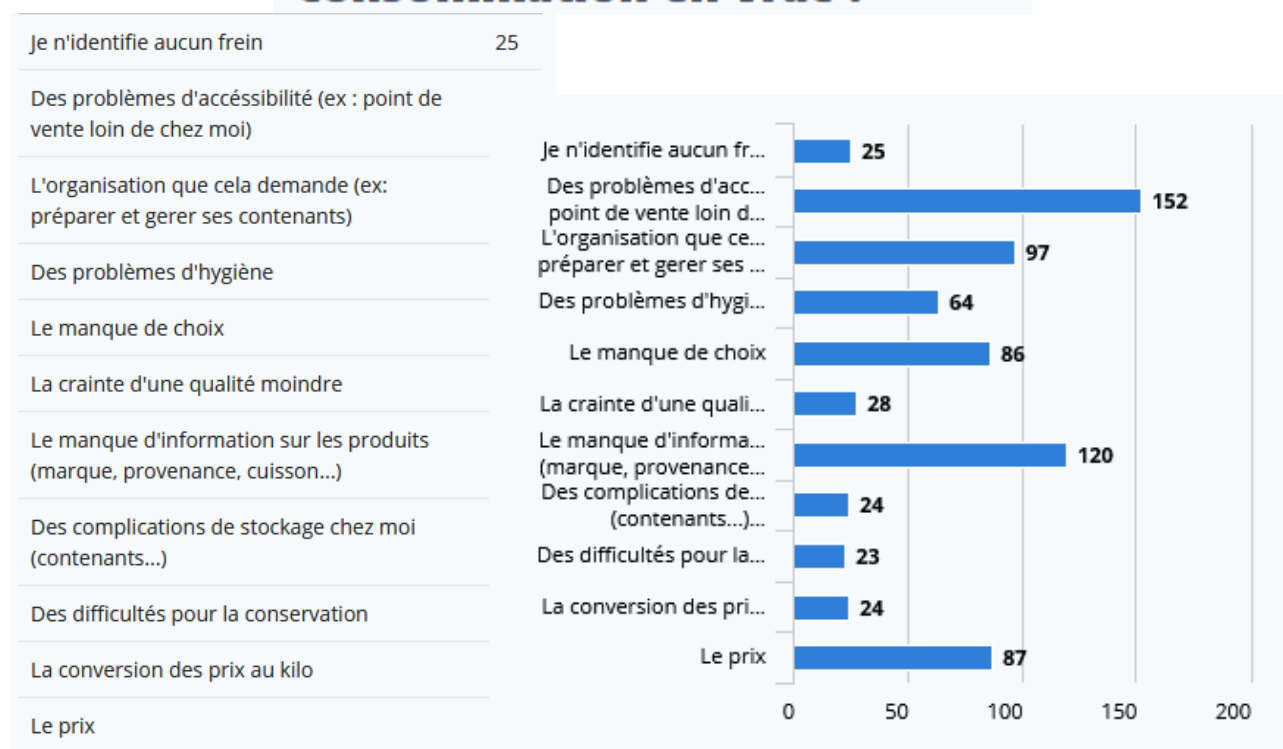


Les réponses sont donc difficiles à analyser car elles sont très diverses. Toutefois, nous relevons qu'il n'existe pas une motivation unique.

Nous observons que la motivation principale des répondants est de **réduire ses emballages** ainsi que **d'éviter l'emballage unique**. Consommer des **produits locaux** semble tout de même motiver une majorité des répondants ainsi que de **consommer d'une autre manière**.

Les réponses sont plutôt mitigées pour acheter moins cher au kilo ainsi que pour acheter la juste quantité et découvrir de nouveaux produits.

5. Quels sont ou pourraient être vos freins à davantage de consommation en vrac ?



Ici, nous pouvons voir assez rapidement que les freins principaux pour d'avantage de consommation en vrac sont : les **problèmes d'accessibilité et le manque d'information**.

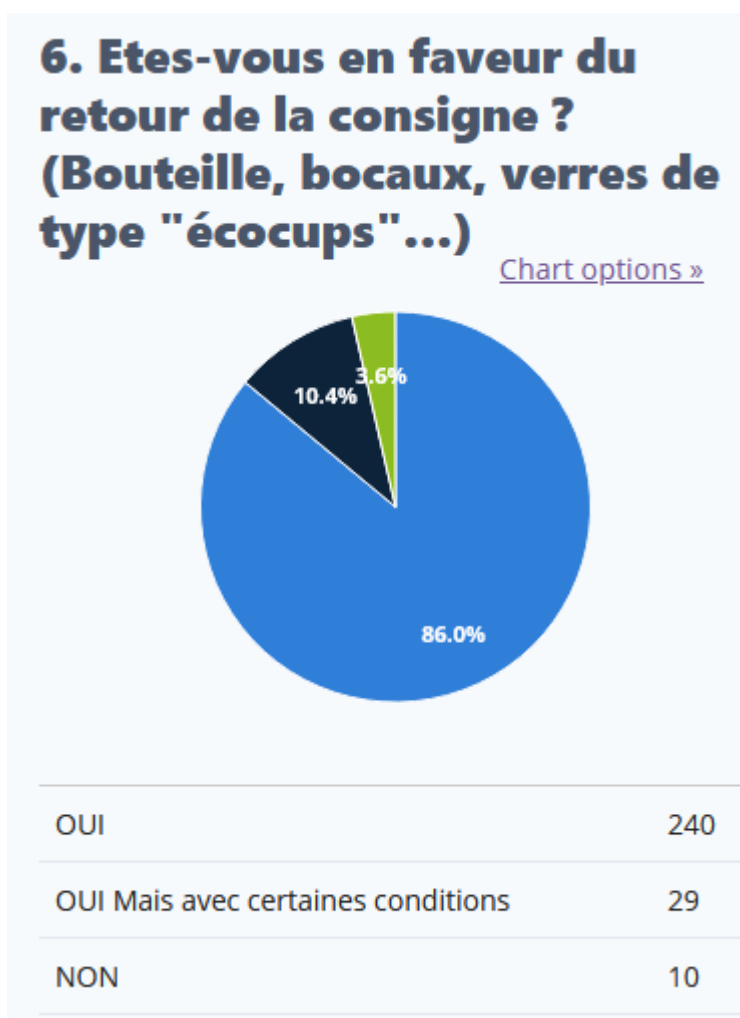
L'organisation, le **prix, le manque de choix et le manque d'hygiène** apparaissent en second dans les réponses. Enfin, les autres freins identifiés tels que la crainte de qualité ou la conversion des prix sont moins indiqués (autour de 25 personnes).

Autres (exemple : compréhension de la tarification...)

22 personnes ont répondu à cette question. Ce qui représente peu mais il ne faut pas négliger les réponses.

Le frein majeur à consommer davantage en vrac que nous indiquent des répondants est la question du **prix**. Vient ensuite le **problème d'accessibilité** et **manque d'information sur les produits** ainsi que les doutes sur l'**hygiène**.

Le besoin d'**organisation** pour consommer en vrac demande y est aussi mentionné.



Une **grande majorité ont indiqué être en faveur du retour (86%)**. Aussi, plus d'une personne sur dix précise qu'ils le seraient mais **avec certaines conditions (10,4 %)**. Enfin, certains ont indiqué ne pas être en faveur (3,6 %).

Des commentaires ? (Par exemple si vous avez cochée "OUI mais avec certaines conditions", vous pouvez préciser ici lesquelles)

Nous avons recueilli 36 commentaires à cette question. Celle-ci a permis de faire ressortir l'importance de la question de l'**organisation**. En effet, les commentaires sont plutôt en faveur du retour de la consigne mais avec des conditions. Comme par exemple la **standardisation de la consigne, une restitution explicite, des points de retours proches des commerces, les volumes...**

Le prix est aussi mentionné à plusieurs reprises comme par exemple via ce commentaire : « *que le prix soit inférieur a du tout conditionné* » ; ce qui sous entends un prix incitatif.

Enfin, deux commentaires proposent l'organisation sous forme de **bons d'achats** (consigne inversée).

Grâce à cette question nous avons pu remarquer que des personnes sont assez avancées en termes de réflexion à ce sujet.

7. Avez-vous des idées concernant le vrac et la consigne afin de faire avancer leur développement dans le Parc ?

Ici nous avons recueilli 109 commentaires avec une grandes diversité de thématiques contenant des idées, des propositions ainsi que des objections au sujet du vrac.

Les idées données portent majoritairement sur le sujet de la **communication** : comme par exemple des idées de campagnes de sensibilisation, d'explication de la clarté de la démarche vrac.

Il y est aussi évoqué la **sensibilisation du grand public** via par exemple de la formation par exemple comme cela est proposé via ce commentaire : « *Communiquer sur l'enjeu du vrac et la consigne et l'impact sur la réduction de nos déchets* »

La question des **Aides financières pour les commerçants** qui proposent du vrac par exemple pour le matériel de stockage est mentionnée.

Enfin, des personnes donnent des idées d'**organisation** pour la mise en place du réseau vrac et consigne. Comme par exemple « *Des casiers pour rendre les consignes même en horaire de fermeture* », « *Des dépôts dans des magasins partenaires* », « *Développer un système de fidélité* », « *Faire appel à l'appui de Réseau Vrac, trouver des système anti-humidité* », « *Pouvoir venir avec ses bocaux, accepter les bocaux de toutes sortes pour mettre a disposition sinon des sacs tissus ou papier* », « *Vendre les contenants à usage unique (sac, barquette...) plusieurs dizaines de centimes à l'unité tout en proposant des alternatives (possibilité d'apporter ses contenants réutilisables -sac tissu, tupperware, plat en verre-, service de consigne...)* »

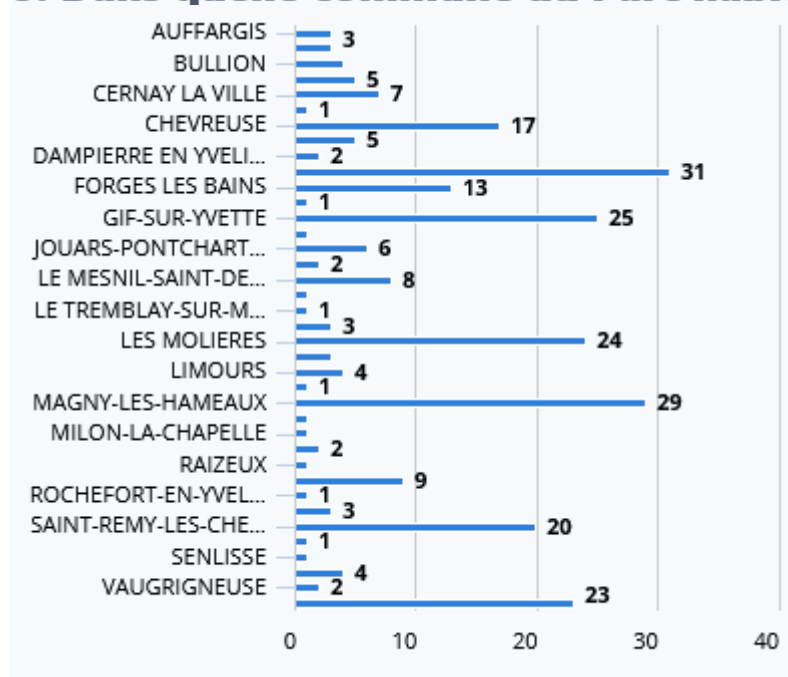
(...)

Certains proposent de l'incitation au vrac avec des **prix attractifs, distribuer des bons de réductions aux habitants** ainsi que de multiplier les points de vente en vrac sur le territoire.

D'autres proposent la création d'un **réseau de consigne local** via une structure à part entière.

Dans certaines réponses, nous retrouvons l'idée de commencer la dynamique de la consigne avec des **produits phares du territoire** tels que le lait de la laiterie de Chevreuse, l'eau de Chevreuse, commencer avec les producteurs locaux.

8. Dans quelle commune du Parc habitez-vous ?

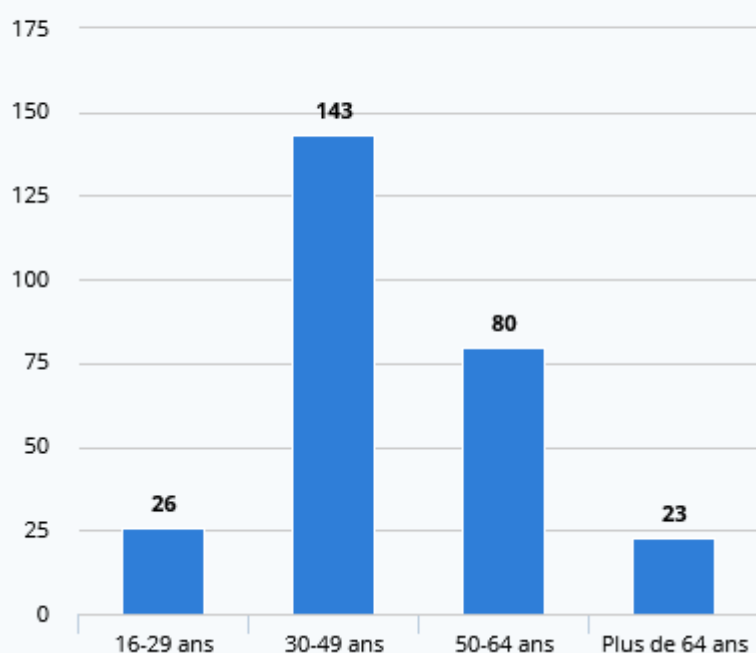


Ces résultats nous indiquent que le questionnaire a été plus partagé dans certaines communes que d'autres. On relève nettement un taux de réponses plus élevées dans les communes de Forges-les-Bains, Gif-sur-Yvette, Magny-les Hameaux, Gif-sur-Yvette, les Molières, Vaugrigneuse et St-Rémy-lès-Chevreuse.

38 communes sont représentées ici via leurs habitants, soit plus de deux tiers des communes du Parc

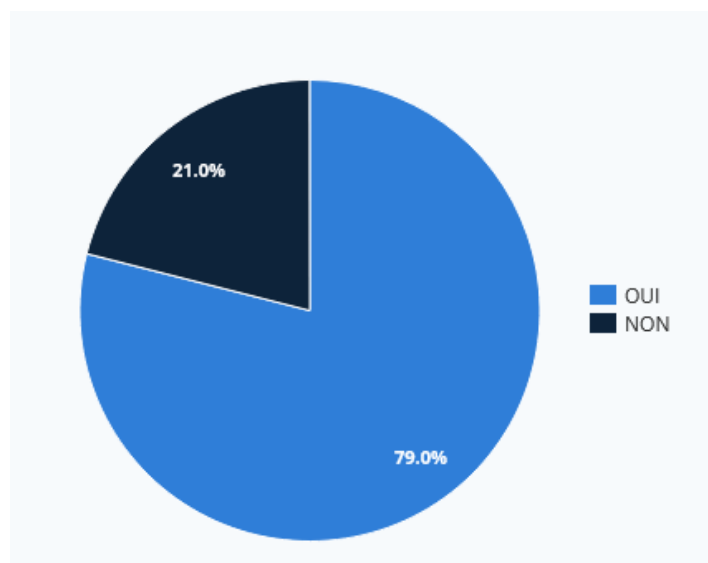
Nous avons remarqué que de manière générale, malgré les divers canaux de communication, il est assez difficile d'arriver à porter à connaissance ce type d'enquête de manière homogène auprès du Parc. Nous sommes assez satisfaits cependant de voir que des communes des Yvelines et de l'Essonne ont répondu de manière assez homogène.

9. Votre tranche d'age



D'après ces réponses, nous observons qu'une grande majorité des personnes ayant répondu à ce questionnaire ont **entre 30 et 64 ans**. Ce qui représente la tranche d'âges classique de la **population dite « active »**

10. Souhaitez-vous être informé des actions/opérations que le Parc mettra en place sur le sujet de la vente en vrac ?



79 % des personnes ont indiqué le souhait d'être informées des opérations que le Parc va mettre en place au sujet du vrac. Cela nous conforte dans l'idée que les personnes ayant répondu à ce questionnaire sont en majorité des personnes intéressées par le sujet, en tout cas sur leur territoire.

CONCLUSION

Les réponses ont permis de soulever plusieurs points importants au sujet des du vrac sur le territoire

A la vue de ce rapport, le Parc peut ainsi établir quelques préconisations afin de soutenir les différents acteurs impliqués dans la dynamique du vrac

Dans cette même optique, le Parc a récemment établi un **diagnostic** sur **les marchés du Parc** auprès des communes pour comprendre et appréhender leur type de consommation, et donc par prolongement leurs attentes et leurs besoins.

Pour résumé, après analyse des 281 réponses nous retenons :

- Actuellement, **une grande diversité de lieux et manières de s'approvisionner en vrac**
- L'achats de produits en vrac pour un même foyer semble régulièrement **cumulé à divers endroits** (par exemple : marché et grande surface et petite surface)
- Une grande partie estiment ne pas avoir assez de produits en vrac proches de chez eux
- Le vrac consommé actuellement est **majoritairement d'origine alimentaire**
- En grande majorité les répondants se fournissent en vrac **dans les grandes et les petites surfaces**
- Une **difficulté pour certains à se procurer des gammes de produits spécifiques** en vrac proches de chez eux
- Les **produits d'hygiène et d'entretien** semblent être plus difficile à trouver en vrac sur le territoire
- La motivation principale pour consommer en vrac est de **réduire ses emballages** ainsi que **d'éviter l'emballage unique**. Consommer des **produits locaux** semble tout de même motiver une majorité des répondants ainsi que de **consommer d'une autre manière**.
- Une majorité des répondants avec un âge situé **entre 30 et 64 ans**, population dite « active »
- Une grande majorité ont indiqué être **en faveur du retour de la consigne** et pour quelques-uns à **certaines conditions** (prix, optimisation de l'organisation, de la place...)
- Les **freins principaux** pour d'avantage de consommation en vrac sont : les **problèmes d'accessibilité et le manque d'information**. **L'organisation, le prix, le manque de choix et le manque d'hygiène** apparaissent en second
- Des répondants en majorité intéressés pour être informés sur **les suites que prendront ce diagnostic**
- Les idées principales données pour le vrac et la consigne** avec une grandes diversité de thématiques : **la communication, la sensibilisation du grand public, des aides financières pour les**

commerçants, l'organisation du réseau de consigne local, des **prix attractifs**, **distribuer des bons de réductions aux habitants ou autres sortes de d'actions incitatives** ainsi que le lien avec les **produits phares du territoire**

-Des répondants pour **la plupart intéressés pour être informés par la suite du diagnostic** entamé par le Parc

-Plus de **2 tiers des communes du Parc** représentés par les répondants

En parallèle de ce questionnaire, le Parc réalise actuellement une enquête similaire sur les **marchés du territoire** et la consommation des habitants. Ces deux enquêtes pourront être mises en regard l'une de l'autre et semblent complémentaires pour bien comprendre les habitudes de consommation et les besoins des habitants du Parc.

Aussi, les résultats de ces deux enquêtes vont être précieuse pour les commerçants qui souhaitent connaître les tendances de consommation sur le territoire et ainsi pouvoir adapter leur offre.

Pour finir, le Parc va poursuivre ce diagnostic via un partenariat avec le réseau vrac et poursuivre son plan d'action sur la réduction des déchets et une consommation plus responsable pour répondre aux objectifs de la charte en vigueur.

BIBLIOGRAPHIE

- **Zéro Waste France** : www.zerowasteFrance.org/marathon-commerçant-zero-dechet-stop-jetable-emballage
- **Réseau Vrac** : www.reseauVrac.org
- **Consigne du verre** : www.ma-bouteille.org/ ou bien www.jeanbouteille.fr
www.laconsignegreengo.com et www.opopop.co/blog/retour-de-la-consigne
- **LOI AGECE** : www.ecologie.gouv.fr/loi-anti-gaspillage-economie-circulaire-0
- **LOI CLIMAT ET RESILIENCE** : www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000043956924
Dont art 23 qui stipule que (art 23.) : Supermarchés >400M2 devront avoir au moins 20 % de vrac dans leurs rayon horizon 2023
- **Avis N°88 du Conseil National de l'Alimentation** : www.agriculture.gouv.fr/le-conseil-national-de-l'alimentation-publie-de-nouvelles-recommandations-sur-la-sobriete-en
- **Pages ADEME sur le Vrac et les déchets** :
www.agirpoulatransition.ademe.fr/particuliers/conso/vente-frac-marche-florissant-nen-qua-debuts www.ademe.fr/particuliers-eco-citoyens/dechets www.librairie.ademe.fr/dechets-economie-circulaire/1906-bien-vivre-en-zero-dechet.html
- **L'autocollant "Ici sacs à vrac et boîtes propres acceptés"**
- **Réseau vrac** : www.reseauVrac.org (depuis 2016)
- **Zéro déchet France** : www.zerowasteFrance.org
- **Famille zéro déchet** : www.famillezerodechet.com
- **Observatoire citoyen des biodéchets** : www.biodechets.org
- **Mille-Pertuis (Fontenay-lès-Briis)** : www.mille-pertuis.org
- **Oze Zéro déchet** (Essonne) : www.osezd.com
- **Zéro Waste** (groupe local de Versailles, Hors Parc) : www.zoomversailles.com/actualites/zero-waste

- [ecolo/en-route-vers-le-zero-dechet-avec-versailles-zd](#)
- **Les Colibris en Transition (Axe Zéro déchet, Rambouillet hors Parc) :** www.colibris-en-transition.org/zero-dechet
 - **Day By Day (Maurepas, Hors Parc)** www.daybyday-shop.com/magasin/maurepas-grand-marche-vrac-maurepas