



LE VRAC, COMPATIBLE AVEC L'OFFRE D'OXFAM-MAGASINS DU MONDE ?

Regard critique sur une tendance (ou pas) de consommation.

ANALYSE

Sophie Duponcheel



OXFAM

Magasins du monde

INTRODUCTION

Avec l'urgence climatique, les consommateurs et consommatrices sont amenés à se poser de plus en plus de questions pour limiter les impacts de leur consommation sur la planète. Plusieurs solutions s'offrent à nous. L'une d'entre elle peut être l'achat de nos consommables en vrac, autrement dit d'adopter une vie « zéro déchet ». Depuis quelques années, l'offre zéro déchet se multiplie. Beaucoup de magasins de proximité s'y sont mis. La grande distribution l'a bien compris également puisque les expérimentations se multiplient ; rayon vrac chez Intermarché, chez Carrefour, etc. Toutefois, le vrac peut soulever plusieurs questions ; quels sont ses atouts et ses faiblesses sur le plan environnemental ? Quels sont les éléments qui séduisent et découragent les consommateur·ice·s ? Quelle est la place pour les produits équitables ? Quelle est la place pour une organisation telle qu'Oxfam-Magasins du monde et ses particularités ?

Cette analyse tentera de répondre à ces diverses questions et portera un regard critique sur l'avenir du vrac dans la soixantaine de magasins du monde Oxfam.

Tout d'abord, nous passerons en revue ce qui relève du « vrac », ce que cela signifie, quels sont ses atouts, ses faiblesses et les freins rencontrés par les client·e·s et par les commerçant·e·s ainsi que l'impact environnemental de cette offre. Ensuite, nous analyserons son application pour une gamme de produits issus du commerce équitable. Finalement, nous porterons un regard critique sur la place du vrac chez Oxfam-Magasins du monde.

1. QU'EST-CE QUE LE « VRAC » ?

Plusieurs définitions existent et se ressemblent. En bref, nous pouvons dire que le vrac est une manière de vendre des produits aux consommateurs et consommatrice sans emballage et en quantité choisie par eux-mêmes, dans des contenants réemployables ou réutilisables. Selon l'asbl Ecoconso, on trouvera deux types de produits (certains plus facilement, d'autres moins) disponibles en vrac :

- Les produits alimentaires : produits secs (type sucre, pâtes, farine, épices, riz, céréales, biscuiterie et confiserie, aliments pour animaux), fruits et légumes, liquides (vin, vinaigres, huiles...) ; et la vente de produits frais à

la coupe (fromage, viande, charcuterie) et les produits de boulangerie.

- Les produits d'entretien, les lessives et les produits cosmétiques.

2. QUELLE EST LA SITUATION EN BELGIQUE ?

En Belgique, le premier magasin a vu le jour en 2014, en 2021 ils étaient 218 répertoriés dans toute la Wallonie¹.

Durant la crise sanitaire, la fréquentation des magasins de vrac a explosé. Les commerçants espéraient que cette tendance continue après la crise sanitaire². Toutefois, la situation n'est pas exactement celle espérée par ce secteur. En mai 2022, la rtbf annonçait que les magasins spécialisés dans le vrac avaient des difficultés à joindre les deux bouts³. De son côté, l'association ConsomAction, qui regroupe les professionnels d'une consommation zéro déchet, local, éthique, durable et responsable, avance un chiffre inquiétant : moins 30% de chiffre d'affaires en moyenne pour le vrac. Selon le secteur, les causes principales de cette diminution sont le manque de temps qui a refait surface, la baisse du pouvoir d'achat, le télétravail et la concurrence des grandes surfaces. Le constat est également identique en France⁴.

1 « Le nombre de magasins en vrac atteint des records en Belgique », Belga, Le Soir, 1er mars 2021.

2 « Quoi de neuf en Belgique », Réseau vrac, <https://reseauvrac.org/actualites/article/quoi-de-neuf-en-belgique>, 17 juin 2020.

3 « Baisse de la clientèle dans les magasins en vrac en Wallonie et à Bruxelles », Le Soir, 30 mai 2022.

4 « Le belge a perdu ses bonnes habitudes », Sud Presse, 14 février 2022.

3 AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DU VRAC

Quels sont les avantages et inconvénients du vrac d'un point de vue consommateur·ice ?

Selon une étude de Réseau Vrac et Nielsen⁵, les avantages les plus cités par la population utilisant le vrac sont les suivants : **le choix de la quantité voulue, la réduction des emballages (et donc des déchets ménagers) et la garantie d'un produit de qualité**. Soulignons aussi l'opportunité offerte aux client.e.s d'essayer, de goûter et de tester plus facilement des produits inconnus.

D'après l'ADEME⁶, un autre avantage est le prix de vente ; les produits en vrac coûtent entre 10 et 45% moins chers que les produits pré-emballés⁷. Parmi les freins évoqués au choix du vrac : le prix, l'hygiène, le manque d'information sur les produits et la praticité. Le prix se retrouve donc en tant que frein et avantage ; il est important de souligner que le vrac est très clairement destiné pour une catégorie de produits de qualité, le prix est donc plus élevé (en vrac ou emballé) qu'un produit de moindre qualité.

Quels sont les avantages et inconvénients du vrac d'un point de vue du professionnel de la vente ?

Un avantage économique tout d'abord ; en effet la vente en vrac peut être un levier fort d'augmentation des marges ; les produits vendus en vrac sont achetés en gros et bénéficient donc d'un prix plus attractif.⁸

Toutefois, un inconvénient économique existe également ; la vente en vrac peut être plus coûteuse qu'en libre-service pré-emballé car il y a toute une maintenance à mettre en place. En effet, cela demande la présence et la formation de l'équipe en magasin pour le nettoyage, l'utilisation de certains appareils et la sensibilisation/pédagogie auprès des clients et clientes.

Se pose également la question pour les magasins qui désirent passer du préemballage au vrac. Ce basculement imposerait des modifications auprès des fournisseurs et producteurs qui, pour le moment, ont une chaîne d'approvisionnement optimisée. De plus, ce basculement demande un investissement financier pour du matériel adapté (silos, bacs, meubles, fût, pelle, entonnoir, balance avec système de tarage, etc.).

De plus, deux défis importants appartiennent au vrac ; l'hygiène et l'information aux consommateurs et consommatrices. (1) L'hygiène doit être irréprochable. Soyons rassurés car pour le moment, aucune étude ne relève de problèmes sanitaires importants.⁹ (2) L'information donnée aux consommateurs et consommatrices ; il est essentiel que les produits vendus en vrac puissent avoir les renseignements suivants : la valeur nutritionnelle, son origine ou encore sa date de péremption. L'AFSCA balise ce défi en imposant les informations et étiquetages relatives aux produits (traçabilité, date de péremption et origine) visibles dans le magasin et à disposition des clients et clientes.¹⁰

4 L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Il est important de souligner que le vrac ne supprime pas l'emballage. En effet, dès qu'on n'achète pas les produits sur le lieu de production ; il y a forcément des emballages pour les protéger, les transporter ou les stocker. L'impact environnemental dépend également du comportement des consommateurs et consommatrices. Par exemple, faire ses courses avec du papier kraft et le jeter dans la poubelle une fois à la maison n'est pas cohérent.

Outre la question de l'emballage ; des questions se posent également en terme de transport et de modes de conservation des aliments au magasin et à la maison (autrement dit en terme de gaspillage alimentaire). Toutefois, les études manquent à ce sujet, l'ADEME a prévu de se pencher sur ces interrogations.

5 « VRAC et covid-19. Des achats seulement mis entre parenthèse pendant le confinement. », Réseau vrac, https://reseauvrac.org/IMG/pdf/infographies_vrac_pdf.pdf, mai 2022.

6 ADEME : Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (France)

7 ADEME (novembre 2012), « La vente en vrac, pratiques & perspectives »

8 « Produits alimentaires sec en vrac » Fiche infos Déchet, Bruxelles Environnement, https://document.environnement.brussels/opac_css/electfile/Produits%20alimentaires%20secs%20en%20vrac.pdf

9 « La vente en vrac, une solution écologique ? », Blog Ecoconso, <https://www.ecoco2.com/blog/le-vente-en-vrac-une-solution-ecologique/>, 15 septembre 2020.

10 Idem 8

5 QUELLE EST LA PLACE POUR LES PRODUITS ÉQUITABLES ?

Peu d'information disponible concernant spécialement les produits issus du commerce équitable et la filière du vrac. Une chose est certaine ; les produits principalement vendus en vrac sont des produits responsables (local, éthique, durable et/ou bio) et donc en accord avec les valeurs derrière les produits issus du commerce équitable.

L'entreprise coopérative française spécialisée dans la vente de produits biologiques issus du commerce équitable ; Ethiquable France, a lancé en mai 2022 un système de vrac clé-en-main pour les supermarchés. Il s'agit d'un meuble de vrac prêt à l'emploi qui propose jusqu'à 23 références de produits des gammes Ethiquable (chocolat, fruits secs et café) et Paysans d'ici (légumineuses, graines)¹¹. Pourquoi ne pas développer ce système en Belgique ou encore le développer chez Oxfam-Magasins du monde ?

6 LA PLACE DU VRAC CHEZ OXFAM-MAGASINS DU MONDE.

Tout d'abord, précisons une des particularités d'Oxfam-Magasins du monde ; ce n'est pas un fournisseur de produits alimentaires. Ses fournisseurs sont nombreux, le principal étant Oxfam Fair Trade. Parmi eux, aucun ne propose une gamme de produits alimentaires en vrac. Cela demanderait donc un important changement de leur part. Toutefois, il semble opportun de leur présenter les avantages et inconvénients de cette filière. Et pourquoi pas de les accompagner vers ce changement afin de développer l'offre pour quelques références comme le chocolat, le café et les fruits secs.

Un élément important également à souligner est qu'environ 75% des produits alimentaires vendus dans les magasins du monde sont des produits transformés. Comme indiqué plus haut, ceux-ci sont encore très peu présents sur le marché en vrac. Une autre particularité est le nombre de magasins ; une soixantaine de magasins dans toute la Wallonie et Bruxelles tenus exclusivement par des béné-

voles. Cela demanderait donc un investissement tant financier qu'humain. Cela nécessiterait d'obtenir l'adhésion des bénévoles ainsi qu'une formation à chacun.e (il y a parfois quarante bénévoles par équipe de magasin du monde faisant des permanences une fois par semaine). Une possibilité serait de tester ce fonctionnement dans quelques magasins. Toutefois, cela ne résoudrait pas le problème lié au manque d'offre vrac de la part des fournisseurs des Magasins du monde Oxfam.

Il importe également de préciser un argument important en faveur du vrac chez Magasins du monde : 120 Jeunes Magasins (des magasins du monde dans les écoles secondaires) sont actifs sur le territoire francophone. De nombreuses écoles participent au projet « École Zéro Déchet »¹². Les JM de ces écoles ont donc arrêté leur activité car un JM ne permet pas d'avoir un magasin de collations en vrac, comme proposé par le projet. En effet, les seuls produits que nous pouvons proposer actuellement correspondant aux critères du zéro déchet sont les jus de fruits conditionnés en bouteilles en verre de 20cl.

7 CONCLUSION

Le vrac est certes toujours en vogue, même si cette tendance va peut-être diminuer avec la crise que nous connaissons aujourd'hui. Il semblerait que le/la consommateur-ice change ses habitudes de consommation en raison de l'inflation actuelle et qu'il/elle se dirige davantage vers des consommables de moindre qualité.

Malgré cette situation - les inconvénients et freins cités plus haut, tendre vers une offre de vrac pour certains produits chez Oxfam-Magasins du monde aurait tout son sens et serait en adéquation avec les valeurs de l'organisation et les enjeux environnementaux actuels. Mais ce basculement vers le vrac ne pourra pas se faire sans un investissement colossal tant humain que financier. Ce projet doit être porté par toutes les parties prenantes : l'organisation (salarié-e-s et bénévoles), les fournisseurs ainsi que les client-e-s. Une étude de faisabilité et de rentabilité paraît une bonne manière d'aborder le projet. Une proposition à soumettre aux parties prenantes ?

11 « Vrac : le top 5 des innovations à suivre », Process alimentaire, DESPOUY Manon, <https://www.processalimentaire.com/emballage/vrac-le-top-5-des-innovations-a-suivre>, 31 mai 2022.
12 « Comment devenir une école zéro déchet ? », Good Planet, ANTHOINE Tillie, <https://www.goodplanet.be/fr/ecole-zero-dechet/>.



OXFAM

Magasins du monde

Une publication d'Oxfam-magasins du monde – 2022

Éditeur responsable : Gaëtan Vanloqueren – Rue provinciale, 285–1301 Bierges

© 2022 Oxfam-Magasins du monde | Image de couverture : Shutterstock



Belgium

partner in development



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES