

Pratique fort courante jusqu'à l'avènement des supermarchés et la diminution du nombre de commerces de détail dans les années 1960, le vrac fait sa réapparition sur nos étals avec une offre de plus en plus diversifiée. Focus sur cette nouvelle tendance.

Par définition, le vrac désigne ce qui ne possède pas d'emballage, soit l'essentiel des produits avant cette époque. En supprimant ce dernier, l'industrie du secteur agro-alimentaire a révolutionné nos modes de consommation, mais signé, parallèlement, la disparition progressive du vrac.

Dans certains pays comme la Chine ou l'Italie, la vente en vrac est demeurée, et dans les pays en développement, sa présence n'a cessé de se renforcer. La relation sensorielle au produit est indispensable pour s'assurer de sa qualité. En France même, le vrac n'avait pas totalement disparu : il s'est maintenu aux rayons des fruits et légumes, du fromage ou encore de la charcuterie.

Avec le Grenelle 1 et les programmes de prévention des déchets, l'emballage est pointé du doigt. Il est nécessaire d'en réduire la quantité à la source. La prise de conscience se fait également du côté des consommateurs qui sont de plus en plus sensibles aux enjeux écologiques. Selon une étude publiée par le Commissariat général au développement durable en 2011, 35 % des Français déclarent veiller à la quantité de déchets à recycler alors qu'ils n'étaient que 18 % en 2005. Acheter des produits en vrac permet en effet d'agir à son échelle contre le gaspillage des ressources.

Le client devra s'adapter

Le vrac impose de nouvelles habitudes – la préparation des aliments secs non transformés requiert des connaissances culinaires – mais avec une dimension ludique attrayante. Quelques réticences sont également observées quant à l'hygiène des bacs, la propreté des rayons ainsi qu'au manque



d'information sur les produits. Jusqu'à présent, aucun problème sanitaire imputable au vrac n'a toutefois été relevé. Les risques sont faibles pour les produits secs et les fruits et légumes. Ils sont plus élevés pour ceux contenant de l'eau comme la viande, le lait, le poisson...

Des initiatives plus ou moins militantes se multiplient. Biocoop, le réseau coopératif français de distribution de produits alimentaires biologiques, en est un exemple. Tous ses magasins sont équipés d'un linéaire vrac. Les produits sont vendus 30 % moins chers que ceux emballés. Les grandes surfaces s'y mettent également comme Auchan avec son rayon discount. On y trouve du riz, des pâtes, de la farine, du café, des lentilles... Le vrac est une solution en apparence prometteuse : moins cher pour le consommateur et économe en ressources.

En partenariat avec l'Ademe, Mes Courses pour la planète, premier guide en ligne de la consommation responsable, vient de publier une étude sur les perspectives du vrac qui révèle un manque crucial de données

sur les impacts environnementaux ainsi qu'une absence de réglementation. Aucune étude ne permet d'affirmer que la réduction des emballages ne serait pas atténuée par d'autres effets liés au transport, à l'augmentation du gaspillage alimentaire ou à la perte en magasin.

Aujourd'hui présente chez un nombre limité de distributeurs, la vente en vrac pourrait bénéficier d'économies d'échelle, une fois étendue plus largement. De 10 à 45 % moins chers, les produits vendus sans emballage sont, en tout cas, bien accueillis en cette période de crise économique. A quand le tout-vcac ?

Mélanie Corvez

À lire : La vente en vrac - pratiques & perspectives, une étude complète réalisée par Mes courses pour la planète avec l'Ademe
www.mescoursespourlaplanete.com