



Succès de la vente en vrac

On trouve aujourd'hui de plus en plus de produits vendus en vrac : riz, pâtes, liquide vaisselle, mais aussi yaourts ou parfums. Et ça marche, selon un rapport paru hier. Le prix est souvent très intéressant, et ce n'est pas le seul avantage...

Dans les rayons des grandes surfaces comme dans les réseaux de magasins bio, la vente en vrac de pâtes, de café ou de lessive gagne du terrain. Et c'est tout bénéf pour le consommateur et la planète. C'est ce qui ressort d'un rapport consacré à ce marché florissant, publié hier par l'institut Mes courses pour la planète et parrainé par l'Ademe (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie). Ces produits déshabillés de leurs emballages, qui ne laissent plus l'exclusivité aux seuls fruits et légumes, ont le mérite d'alléger, et nos poubelles, et l'addition en caisse.

■ Quelles enseignes ?

Dans la grande distribution, ce sont les hypermarchés Auchan qui offrent le plus de place aux produits en vrac dans leurs rayons self-discount. Les magasins Carrefour en proposent, eux, dans leurs rayons bio. La marque de commerce équitable Alter Eco vend, elle, ses denrées au poids dans les Leclerc et Super U. Dans les enseignes spécialisées dans le bio, c'est Biocoop (335 établissements) qui mise le plus sur ce marché se développant, en partie, grâce à la crise économique. Dans les magasins Naturalia, il y a aussi l'embarras du choix.

■ Quels produits ?

Des dizaines de produits d'épicerie (riz, cacahuètes, céréales, cookies, sucres...) sont disponibles dans les tubes en plastique. On trouve égale-

ment de plus en plus fréquemment des produits d'entretien (lessive, liquide vaisselle, adoucissant...). Biocoop, qui surfe sur ces deux secteurs, va encore plus loin en écoulant du yaourt en vrac. Et à partir du mois de mars, ce sera au tour des amandes et noisettes enrobées de chocolat, type dragées, de faire leur apparition. Dans les parfumeries, des fontaines de parfums de grandes marques comment à couler : les clients débarquent

Audrey : « Je ne prends que ce que je veux »

Il y en a exactement 104. Ces boîtes transparentes, et leur cortège de petites pelles, occupent tout un rayon dans cette épicerie Biocoop, dans le XVII^e arrondissement de Paris. Dedans, des graines de tournesol, des légumes secs, du riz, des céréales, des pâtes, de toutes tailles, de toutes couleurs. Et autour, des clients, une majorité d'habitues qui apprécient acheter au vrac ou au poids. Un sac réutilisable en papier kraft à la main, Audrey choisit quelques grammes de figues.

« L'avantage, c'est que je ne prends que ce que je veux, résume posément la jeune femme de 33 ans. Ça a forcément un avantage économique ! » Elle est une inconditionnelle du vrac. Comme un sacrilège, un seul mot revient ici, dans toutes les bouches : le suremballage. « J'apprécie acheter du vrac, confie Yves, retraité en train de se servir des biscuits, car on ne dépense pas

pour le conditionnement. Ici, je reviens toujours avec mon sachet que je remplis, c'est bien pour l'environnement. » Emmanuel, kinésithérapeute, achète, lui, ses macaronis au poids, pour moins gaspiller : moins de conditionnement des produits et surtout moins de « packaging criards et chers » destinés à la poubelle. Cette clientèle vrac du magasin bio d'Alain Bourgeois a fortement augmenté en dix ans. Et pour cause : le différentiel entre le prix au poids et celui du même produit emballé « varie de 10 à 25 % en moins », estime le gérant qui n'a pas non plus hésité dans le même temps à multiplier par 2,5 le nombre de produits proposés en vrac. « C'est dommage qu'on ne trouve pas de tels rayons partout y compris dans tous les hypermarchés », déplore Sylvia, 60 ans, tout heureuse d'avoir trouvé là du gingembre en vrac.

JULIE DELEM



Paris (XVII^e), hier. La vente en vrac connaît un franc succès sous l'effet conjugué de la crise et d'un souci environnemental partagé par un nombre croissant de consommateurs.

avec leurs flacons vides pour faire le plein de fragrances. Dans les chaînes de magasins de bricolage, Brico Dépôt par exemple, il est possible de se procurer des vis et des clous en vrac. Enfin, certaines friperies vendent leurs vêtements au kilo.

■ Quel gain financier ?

Il est globalement de 5 % à 40 %, selon les produits, par rapport à leur équivalent en sachets ou paquets. Car évidemment, l'emballage a un coût... « Chez nous, c'est jusqu'à 30 % moins cher », assure-t-on chez Carrefour.

« C'est sur les produits les plus chers, les produits bio, que la différence est la plus avantageuse. Cela permet à des clients qui n'auraient pas les moyens d'en acheter sous emballage d'en acquérir là en vrac », souligne Elisabeth Laville, cofondatrice de l'institut Mes Courses pour la planète. Chez Biocoop, l'écart de prix est de « 25 % à 30 % » en moyenne, et de plus de 30 % pour l'amande grillée salée qui « pré-

sente le meilleur différentiel vrac-emballé ». Le vrac est également une arme antigaspi. « Les clients ne dépensent que ce qu'ils souhaitent réellement dépenser », insiste Chloée de la Simone, porte-parole de Biocoop.

■ Quelle qualité ?

Le riz, les gâteaux et les abricots secs en vrac sont-ils low-cost, de moins bonne qualité que ceux passés par la

case packaging ? « Pas du tout, ce sont exactement les mêmes produits que ceux emballés, les mêmes fournisseurs », répond Elisabeth Laville, qui a rédigé l'étude sur la vente en vrac. « Ce n'est pas parce que c'est en vrac que le cahier des charges n'est pas exigeant, bien au contraire », promet Chloée de la Simone, de Biocoop.

V.M.D.

DES DIFFÉRENCES DE PRIX NOTABLES

Produits en vrac...	Prix en euros/kg		... emballés
Lentilles vertes	3,89€	5,90€	
Haricots rouges	2,99€	5,68€	
Riz basmati	4,75€	6,24€	
Pruneaux	13,99€	13,98€	
Amandes entières	9,99€	19€	

Relevés de prix effectué hier dans un magasin bio parisien.