



# DE LA PRODUCTION A LA CONSOMMATION RESPONSABLE :

FOCUS SUR

LE MARCHÉ DU VRAC &

LES GISEMENTS ET LES DEVENIRS

DES INVENDUS NON-ALIMENTAIRES

**DOSSIER DE PRESSE** 

**25 NOVEMBRE 2021** 





#### **Sommaire**

ÉDITO D'ARNAUD LEROY, PDG DE L'ADEME	3
[PRODUCTION RESPONSABLE] : LUTTE CONTRE LES INVENDUS NON-ALIMENTAIRES : POINT D'ÉTAPE DES PRATIQUES DES PRODUCTEURS ET DES DISTRIBUTEURS	
LA VENTE EN VRAC : UN MARCHÉ FLORISSANT QUI CONTINUE DE SE CONSTRUIRE POUR RÉPONDRE À DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX, SANITAIRES ET TARIFAIRES	8
LA VENTE EN VRAC, UN INTÉRÊT ENVIRONNEMENTAL SOUS CONDITIONS	9
LE VRAC : DES RISQUES SANITAIRES À MAÎTRISER PAR L'ENGAGEMENT DES DISTRIBUTEURS ET DES CONSOMMATEURS	
LES PRIX DE LA VENTE EN VRAC CONCURRENCENT FORTEMENT	16
LES PRIX DU PRÉEMBALLÉ	16
ANNEXES	18
Annexe 1 – Zoom sur les déchets non-alimentaires par secteur	19

L'étude sur les prix de vente du Vrac a été réalisée en partenariat avec l'INC.







#### ÉDITO D'ARNAUD LEROY, PDG DE L'ADEME



**((** 

La transition écologique ne se fera pas sans une évolution profonde de nos modes de production et de consommation.

La grande majorité des émissions de gaz à effet de serre et des consommations de ressources (matières premières, énergie) provient des biens et services proposés et utilisés au final par les consommateurs, notamment lors de leur phase de production.

Les récentes lois AGEC et « Climat et Résilience » ont développé de manière importante ces deux piliers, souvent complexes à orienter. Publicité, allongement de durée de vie des produits, vrac, invendus... L'ADEME accompagne depuis de nombreuses années ces évolutions par une meilleure connaissance des pratiques ancrées ou émergentes.

Le développement de l'offre de vrac est un symbole puissant du rôle des consommateurs dans ces évolutions, à la suite de l'essor important de la demande en produits biologiques et actuellement encore avec le développement par le secteur marchand de l'occasion et de la « seconde main ».

Il est important de rappeler les rôles complémentaires et partagés de l'ensemble des acteurs de la chaîne de l'offre et de la demande - metteurs sur le marché, distributeurs, consommateurs- afin de réduire les impacts de notre consommation.

La réponse à nos besoins, qu'il s'agit de réinterroger, doit passer par des choix de produits de meilleure qualité environnementale et sociale, qui doivent être facilités par une offre éclairée de biens et services qui évite l'écueil de la surproduction ou du renouvellement trop fréquent des gammes, comme le relève notre étude sur les invendus non alimentaires.







[PRODUCTION RESPONSABLE] : LUTTE

CONTRE LES INVENDUS<sup>1</sup> NON-

ALIMENTAIRES : ANALYSE DES PRATIQUES DES PRODUCTEURS ET DES DISTRIBUTEURS

La loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC), promulguée en février 2020, marque au fer la nouvelle interdiction de destruction des invendus non alimentaires et l'obligation de leur réemploi. Cette mesure, qui est une première mondiale, entrera en vigueur le 1er janvier 2022 pour les produits couverts par une filière REP (responsabilité élargie du producteur) et au plus tard le 31 décembre 2023 pour les autres produits. Dans ce contexte, l'ADEME a réalisé avec l'Association du Don en Nature et Dons Solidaires une étude « Gisements et causes des invendus non-alimentaires et leurs voies d'écoulement » auprès de 70 acteurs et 500 établissements des principaux secteurs non alimentaires², qu'elle révèle à quelques jours du Black Friday. L'enquête montre que pour tous secteurs confondus, les invendus non-alimentaires sont encore trop nombreux et constituent une part non négligeable du chiffre d'affaires des entreprises (3% en moyenne³). Pour assurer le devenir des invendus non-alimentaires, les metteurs en marché et les distributeurs doivent revoir leur modèle pour limiter ces surproductions et assurer une voie d'écoulement et de valorisation plus responsable comme le don, qui prend une part de plus en plus importante.

#### Les invendus non-alimentaires en sortie d'usine ou de magasin demeurent trop nombreux

Aujourd'hui en France, les invendus non-alimentaires neufs représentent plus de 4 milliards d'euros de valeur marchande et près d'un tiers part directement dans les filières de traitement des déchets (détruit ou recyclé<sup>4</sup>). Ces invendus résultent principalement de la pratique de l'obsolescence marketing, en raison d'un changement de gamme ou les fins de séries, de la surproduction, l'absence de débouchés commerciaux ou encore de la présence de défauts mineurs altérant la performance des produits. Le développement des achats en ligne et la politique commerciale du « satisfait ou remboursé » constitue également une cause croissante des invendus.

Face à ce constat, et pour limiter l'impact environnemental<sup>5</sup> et économique de la destruction des invendus nonalimentaires, les entreprises disposent de plusieurs voies d'écoulement pour éviter de les jeter. Elles pratiquent majoritairement le destockage<sup>6</sup> (42%<sup>7</sup>) et valorisent également de plus en plus leurs invendus grâce aux dons (21%) aux associations de lutte contre la précarité.

#### LES SECTEURS CONCERNÉS PAR L'ÉTUDE

<sup>1</sup> Les invendus sont considérés dans cette étude comme l'ensemble des produits non alimentaires neufs, en sortie d'usine ou de magasin, qui n'ont pas pu être vendus dans les circuits traditionnels de vente par les fabricants et les distributeurs, ni valorisés via les canaux internes d'écoulement (soldes, promotions, magasin d'usine, site internet de la marque ou de l'enseigne)

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>Hygiène et soins ; produits d'entretien ; fournitures scolaires et bureaux ; jeux et jouets ; puériculture ; électroménager ; vêtements et chaussures ; linge de maison et vaisselle ; ameublement ; équipements de la maison ; articles et équipement de sport ; produits culturels.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Pouvant varier de 1% à 8,9%

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> 27% recyclés, 5% incinérés, 2% enfouis

<sup>5</sup> Impact lié à la consommation de ressources, à la fabrication, au transport des matières premières, etc.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Sites de ventes privées en ligne, grossistes en déstockage, ou magasins de déstockage

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Il s'agit d'une estimation de la valeur marchande calculée à partir du pourcentage d'invendus par rapport au CA de chaque secteur interrogés





L'étude a été réalisée sur les 12 principaux secteurs<sup>8</sup> non alimentaires en s'appuyant sur des enquêtes auprès de 70 acteurs et 500 établissements :



Hygiène corporelle, hygiène bébé hygiène menstruelle, produits de uté, parfums, produits ygiène intime, maquilla



Poussettes, berceaux, biberons



Fournitures scolaires et bureau' Écriture et dessin, petites fournitures, papier, classement, cartables,



Jeux de société, jeux de constructions, poupées, jouets



Electroménager

Produits d'entretien

désodorisants, insecticides

Lessive, désinfectants,



Vêtements et chaussures Habille chaussures, accessoires (sacs, ceintures gants, bo ets. écharpes)...



Linge de maison / vaisselle Linge de lit, de table, de bain, de lle, verrerie, .



Ameublement<sup>a</sup> Meubles, literies, sièges, ..



Equipements de la maison\* icolage, jardin, décoration, ..



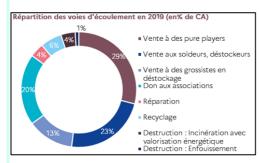
Articles et équipements de sport' Balles, raquettes, consommables, ...



**Produits culturels** Livres, musique, cinéma (DVD), ieux vidéos ...

#### FOCUS: le secteur de la mode

Le taux d'invendus des vêtements et des chaussures est l'un des plus important parmi les 12 secteurs de l'étude. Il est estimé pour 2019 à 4,1% du chiffre d'affaires, soit près de 1,7Md€ de la valeur marchande. Les causes de ces invendus sont principalement liées aux contraintes de saisonnalité auxquelles le secteur du textile se soumet. Le taux d'invendus s'explique par le surplus de vêtements en fin de saison ou après les soldes, les défauts de production, la surproduction et le surstock. Après utilisation des filières internes de valorisation (soldes et démarques, magasin d'usine...) les produits invendus sont principalement déstockés (65%) ou bien donnés aux associations (20%).



Si ces filières sont bien en place pour le secteur du prêt à porter, elles présente encore des contraintes pour les acteurs du luxe (atteinte à l'image de marque, manque de visibilité sur la destination finale des produits, risques de développement de la contrefaçon, etc.).

La loi AGEC devrait avoir des effets importants, permettant de développer les pratiques de prévention des invendus (gestion prévisionnelle des ventes, développement de la location, politique de « mode durable »), de réduire la destruction et de développer des

filières alternatives de valorisation (ex. upcycling ou recyclage). Toutefois selon les acteurs interrogés, le volume des invendus ne devrait diminuer que modérément dans les prochaines années, les évolutions principales se situant plutôt au niveau de la typologie des causes d'invendus (ex. retours clients liés à la vente en ligne) pour lesquels des actions de prévention sont à favoriser.

Le don et la réparation : des pratiques prometteuses en devenir pour limiter l'impact des invendus

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Hygiène et soin ; produits d'entretien ; fournitures scolaires et bureaux ; jeux et jouets ; puériculture ; électroménager ; vêtements et chaussures ; linge de maison et vaisselle ; ameublement ; équipements de la maison ; articles et équipement de sport ; produits culturels.





Si les acteurs du don interrogés (industriels, distributeurs, associations) perçoivent une nette progression ces dernières années de ces voies d'écoulement, l'ADEME a réalisé des scenarii prospectifs à 5 ans pour anticiper les tendances: le scénario le plus favorable implique une combinaison d'actions fortes de prévention (révision des stratégies de production et de commercialisation) pour réduire les invendus et en complément, le développement du don. De plus, pour la majorité des secteurs, ce sont le don et la réparation de défauts mineurs qui participeront majoritairement au recul de la destruction des invendus. Par ailleurs, concernant le don, les acteurs interrogés perçoivent également que la loi AGEC entrainera probablement à court terme :

- une augmentation en volume des produits proposés aux associations ;
- une plus grande hétérogénéité des dons et de leur qualité ;
- une dispersion du nombre d'acteurs pratiquant le don entrainant des plus petits volumes issus notamment des PME/PMI entrainant une complexification des schémas logistiques du don ;
- l'émergence de nouveaux acteurs intermédiaires du don (associatifs et entreprises spécialisées).

Il est à noter que si les entreprises interrogées connaissent bien les têtes des réseaux historiques (Dons Solidaires et l'Agence du Don en Nature), les établissements sur le terrain méconnaissent la loi, les conditions fiscales, juridiques et réglementaires pour la mise en place du don vers ces associations. Une meilleure connaissance de l'écosystème et des solutions disponibles au niveau national et local se révèle indispensable pour faciliter cette voie.

L'ADEME recommande de revoir les modèles d'offre des industriels pour réduire les invendus et de mieux accompagner les entreprises pour faciliter les dons

Sur la base de ces constats démontrant une maturité hétérogène dans l'organisation du suivi et de la gestion des invendus selon les secteurs et **de la relative opacité autour des données disponibles**, l'ADEME émet plusieurs recommandations.

Tout d'abord, les producteurs et les metteurs sur le marché doivent faire évoluer leur modèle d'offre qui aboutit intrinsèquement à des invendus : les changements trop fréquents de gamme, les effets de mode, l'obsolescence marketing et les fonctionnements de surproduction doivent être revus afin de réduire les flux inutiles, les consommations abusives de ressources et les impacts environnementaux associés. Un meilleur suivi des invendus et de leur devenir doit être mis en place pour assurer plus de transparence et améliorer la qualité des données collectées. Il est également nécessaire de réorienter les stratégies instaurées pour traiter les invendus avec une priorité aux actions de prévention. Des campagnes de sensibilisation et des formations s'appuyant sur les acteurs de référence (fédérations professionnelles, tête de réseau des associations de don) peuvent permettre aux divers acteurs du marché de comprendre les enjeux de la loi et la manière de la mettre en œuvre.

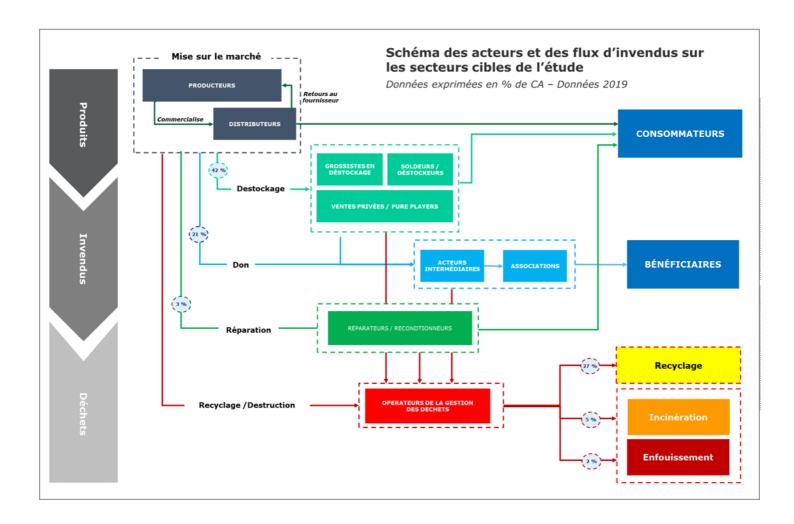
En ce qui concerne l'évolution des voies d'écoulement, l'ADEME recommande de s'inspirer des retours d'expériences positifs pour encourager une meilleure gestion des stocks, la réparation des produits présentant des défauts mineurs. Pour renforcer la qualité du don, il est proposé de s'inspirer des mesures relatives au gaspillage alimentaire<sup>9</sup> qui passe par un développement indispensable des capacités logistiques et organisationnelles (tri, stockage, systèmes d'informations) des acteurs du don. Enfin, les acteurs souhaitent disposer de visibilité sur la pérennisation des dispositifs de défiscalisation afin de maintenir la dynamique impulsée sur le don en nature.

			_		
Fn	Sav	nir/	nl	115	٠

Synopsis de l'étude











#### LA VENTE EN VRAC : UN MARCHÉ FLORISSANT QUI CONTINUE DE SE CONSTRUIRE POUR RÉPONDRE À DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX, SANITAIRES ET TARIFAIRES

Pour consommer plus responsable, les consommateurs sont de plus en plus séduits notamment par le vrac qui apparaît comme une pratique plus vertueuse. En effet, la vente en vrac connait une croissance dynamique sur le marché français et un avenir prometteur. Le nombre de commerces spécialisés est passé de 8 en 2015 à 528 en 2020 et les rayons vrac s'imposent de plus en plus dans les supermarchés avec, en octobre 2020, une présence dans 71% des grandes et moyennes surfaces et 88% des magasins spécialisés Bio.

Dans ce contexte, et pour accompagner la mise en œuvre progressive des deux lois environnementales, à savoir la loi « AGEC », relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, et la loi Climat & Résilience, l'ADEME présente aujourd'hui les résultats de 3 études concernant les impacts environnementaux, les risques sanitaires et le prix de vente du vrac. En parallèle, l'ADEME s'est entourée d'un panel d'acteurs économiques et institutionnels qui a permis d'enrichir l'analyse et les résultats des études :

- « Panorama et évaluation environnementale du vrac en France : état des lieux, analyse des pratiques & évaluation environnementale de dispositifs vrac » ;
- « Analyse et recommandations liées aux risques sanitaires pour les consommateurs, ainsi qu'aux risques pour la santé et la sécurité au travail de la distribution du vrac en France »;
- « Analyse comparative des prix de produits vendus en vrac VS en préemballé » (en partenariat avec l'INC).

#### Le vrac a été défini dans l'article 41 de la loi AGEC du 10 février 2020

Cette loi pose un cadre légal et sécurisant pour tous les acteurs de la filière afin qu'ils puissent s'engager durablement vers ce mode de distribution et faire de ce modèle une alternative crédible et encadrée au préemballé. L'article L120-1 du Code de la consommation (mis à jour le 25 août 2021) définit le vrac comme « la vente au consommateur de produits présentés sans emballage, en quantité choisie par le consommateur, dans des contenants réemployables ou réutilisables. La vente en vrac est proposée en libre-service ou en service assisté. Elle peut être conclue dans le cadre d'un contrat de vente à distance. Tout produit de consommation courante peut être vendu en vrac, sauf exceptions dûment justifiées par des raisons de santé publique. La liste des exceptions est fixée par décret ».

### LOI « Climat et Résilience » du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets

Le chapitre III de la présente loi prévoit d'accélérer le développement de la vente en vrac avec l'article 23 notamment qui vise à ce qu'au 1<sup>er</sup> janvier 2030, les commerces de vente au détail dont la surface est supérieure ou égale à 400 mètres carrés consacrent à la vente de produits présentés sans emballage primaire, y compris la vente en vrac, soit au moins 20% de leur surface de vente de produits de grande consommation , soit un dispositif d'effet équivalent exprimé en nombre de références ou en proportion du chiffre d'affaires.





## LA VENTE EN VRAC, UN INTÉRÊT ENVIRONNEMENTAL SOUS CONDITIONS

« Panorama et évaluation environnementale du vrac en France : état des lieux et analyse des pratiques & évaluation environnementale de dispositifs vrac ».

#### Le vrac, un marché en forte croissance

L'ADEME dresse un état des lieux couvrant les évolutions du secteur du vrac, en plein essor, aussi bien au niveau des produits concernés que des acteurs de la chaîne de valeur.

Depuis 2013, le secteur de la vente en vrac connait une croissance considérable sur le marché des produits de grande consommation. De 100 millions d'euros HT de chiffre d'affaires en 2013, le secteur est passé à 1,2 milliards d'euros en 2019. En octobre 2020, on dénombre 528 magasins spécialisés dans le vrac, 88% des magasins spécialisés Bio avec un rayon vrac et 71% pour les grandes et moyennes surfaces (avec 83% pour les hypermarchés, 77% pour les supermarchés et 45% pour les magasins de proximité)<sup>10</sup>.

L'offre actuelle est dominée par l'épicerie sèche (céréales, biscuits, légumineuses) mais les produits de droguerieparfumerie-hygiène tendent à se développer de plus en plus. Les produits les plus vendus sont en premier lieu les fruits oléagineux (noix, noisettes, amandes, etc.) pour 58% des foyers ayant recours au vrac. Les cosmétiques semblent se faire une place petit à petit.

#### Les consommateurs de plus en plus convaincus par la vente en vrac

Si pendant la pandémie de la Covid-19, les consommateurs ont baissé, voire arrêté l'achat de produits en vrac, 83% d'entre eux déclarent avoir repris leurs habitudes. Ainsi, malgré la crise sanitaire, le potentiel de développement du vrac n'a pas été impacté. L'étude de l'ADEME souligne les trois principales motivations d'achat en vrac :

- La réduction des déchets notamment par la diminution des emballages;
- La réduction du gaspillage alimentaire pour mieux respecter l'environnement ;
- Une consommation de produits « plus sains » (cette motivation exprimée étant probablement liée au fait que beaucoup de produits vendus aujourd'hui en vrac sont des produits bio).

La pratique du vrac devrait par ailleurs s'amplifier d'ici à 2030 grâce au cadre législatif.

Des impacts environnementaux globalement positifs pour la distribution du vrac sous conditions de bonnes pratiques sur l'ensemble de la chaîne de distribution

Dans ce contexte de croissance et d'évolution très rapide du vrac, l'ADEME a sélectionné 10 scénarios pour évaluer les impacts environnementaux de la distribution en vrac, en comparaison à la distribution en préemballé, des mêmes produits présents sur le marché français, dans le but d'élaborer des recommandations pertinentes<sup>11</sup>.

Les 10 scénarios choisis sont représentatifs des acteurs du secteur mais également des produits et des processus existants :

- Couvrant les produits alimentaires secs (amandes, riz, biscuits), liquides (huile d'olive, vinaigre) et les produits de droguerie-parfumerie-hygiène-(lessive liquide et savon liquide);
- Couvrant les produits les plus vendus en vrac et les modalités de distribution en vrac ou assimilé les plus courantes ou au contraire au stade expérimental ou en développement.

<sup>10</sup> Source : données Réseau Vrac – octobre 2020

<sup>11</sup> A noter que l'étude ne couvre pas les produits qui sont historiquement vendus en vrac à savoir les fruits et légumes ni les produits frais vendus à la coupe. Les conclusions obtenues sont spécifiques à chaque scénario et elles ne peuvent pas être généralisées à d'autres situations.





N°			Modalité de distribution		
scénario	Produit	Système	Conditionnement amont	Equipement en magasin	Pratique consommateur
1	Amande	Vrac	sac plastique 5kg	silo	sachet kraft transvasé 125g
		Préemballé	sachet plastique 125g		
2	Riz	Vrac	sac plastique 2,5kg	silo petit format	sachet kraft transvasé 500g
2		Préemballé		g	
3	Ø.J.	Vrac	sac plastique 20kg	silo grand format	sachet coton transvasé 500g
	Riz	Préemballé		g	
4	Biscuit	Vrac	sac plastique 5kg	bac à pelle	sachet kraft transvasé 100g
		Préemballé	emballage mixte plastique et carton 200g		
5	Riz	Vrac	sac plastique 5kg	en mode Drive Réemploi	bocal lavé magasin 500g
		Préemballé	sachet plastique 500g		
6	Huile d'olive	Vrac	bidon plastique réutilisable 7L	fontaine inox	bouteille verre 1L
_		Préemballé	bouteille verre 75cL		
7	Vinaigre	Vrac	poche 10L	meuble gravitaire	bouteille verre 1L
		Préemballé	bouteille verre 50cL		
	Lessive liquide 	Vrac	bidon plastique 20L	robinet plastique	bidon plastique 1L
8		Préemballé	bidon plastique 1,8L		
9	Savon liquide	Vrac	poche 10L	meuble gravitaire	flacon plastique 0,5L
		Préemballé	flacon plastique 250mL		
10	Riz	Vrac	silo carton prérempli 5kg	bec plastique	sachet kraft transvasé 500g
		Préemballé	sachet plastique 500g		

Figure 1: Synthèse des 10 scénarios étudiés - La colonne « Conditionnement amont » correspond au type et volume d'emballage utilisé pour acheminer le produit jusqu'en magasin, avant qu'il y soit vendu en vrac.

Ainsi, les scenarios étudiés soulignent l'impact globalement positif du vrac sous conditions de bonnes pratiques des professionnels de la distribution comme des consommateurs. En effet :

• Il y a un impact important des pertes de produit à toutes les étapes (amont, magasin et consommateurs) : une mauvaise gestion des rayons vrac ou des mauvaises manipulations (lors des transvasements) peuvent exercer une influence très importante sur les impacts environnementaux des systèmes et renverser les bénéfices environnementaux du vrac ;





- Le rapport entre la masse d'emballage (sur toute la chaîne de distribution) et la dose de produit transporté est influent. Plus ce rapport est faible, à matériaux équivalents, plus l'impact environnemental est faible;
- La distribution en vrac est aussi plus pertinente pour les produits lourdement emballés en distribution classique préemballée: à titre d'exemple, dans le cas du savon liquide, la distribution en vrac apparait plus pertinente en comparaison à une distribution en préemballé avec flacon pompe à usage unique;
- Pour les produits secs, les meubles et équipements de distribution en vrac ainsi que leurs entretien et nettoyage ont un impact limité sur l'environnement ;
- Le réemploi des emballages et conditionnements amont (fûts métal, bidons plastique) et des contenants d'achat limite considérablement les impacts environnementaux si ceux-ci sont réemployés le plus possible.

Le graphique ci-dessous présente les comparaisons des proportions des masses d'emballages et contenants d'achat (toutes matières confondues et par rapport à une portion) entre les systèmes préemballés et vrac pour chaque scénario. Le système préemballé étant pris comme référence (à 100%), les proportions des masses d'emballages pour le système vrac varient à chaque scénario.

Le scénario 10 (riz en silo carton) ne traitant que d'une pratique prospective en cours de développement, il n'est pas représenté dans ce graphique.

L'étude montre par exemple que pour le scénario 1 considéré (amande), l'achat en vrac nécessite seulement 34% de masse d'emballage sur toute la chaîne de distribution par rapport à l'achat d'amandes préemballées.

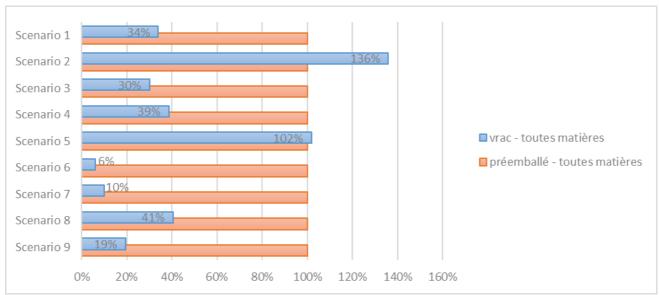


Figure 2: Comparaison des proportions des masses d'emballages toutes matières confondues

⇒ En moyenne sur les différents scénarios analysés (non nécessairement représentatifs), on peut donc estimer que la vente en vrac, si elle est menée en respectant les bonnes pratiques, devrait permettre de réduire la masse de déchet d'emballage d'au moins 2/3, sur toute la chaîne de distribution.

#### Les recommandations de l'ADEME à destination de tous les acteurs pour limiter les impacts environnementaux

Maximiser les bénéfices du vrac, lorsque qu'il est pertinent, nécessite d'optimiser toutes les étapes de la chaîne, de la production à l'utilisation finale et de responsabiliser l'ensemble des acteurs. En ce sens, l'ADEME a identifié les recommandations suivantes :

#### Les fournisseurs de produits destinés à la vente en vrac

✓ Afin de limiter les pertes (en cas d'accidents, de mauvaise manipulation) et d'optimiser le rapport masse d'emballage/masse transportée, les fournisseurs de produits en vrac doivent proposer et mettre en place des conditionnements adaptés sans toutefois impacter la protection du produit;





- ✓ Pousser les critères de sélection et l'éco-conception des emballages (masse, matière, réemploi) est un levier important pour limiter, à performance égale, leur impact ;
- ✓ Éviter le suremballage de conditionnement et les étapes de reconditionnement réduit aussi l'impact environnemental.

#### Les fournisseurs de solutions de distribution en vrac

Afin d'accompagner au mieux l'insertion du vrac sur le marché, il est important que les **fournisseurs de solutions de distribution** en vrac :

- ✓ Proposent des matériels robustes et faciles à manipuler et à entretenir ;
- ✓ Travaillent sur l'efficacité et l'ergonomie des solutions pour éviter les pertes au service (renversement, chute de produit, abandon de sac) et les surdosages ;
- ✓ Évaluent la pertinence environnementale des équipements de distribution (notamment sur des solutions plus évoluées incluant des éléments électroniques, pour lesquels il faut s'assurer de la limitation de l'impact de ce dernier par rapport au bénéfice apporté).

#### Les responsables de magasins proposant des produits en vrac

Dans la continuité de la chaine de valeur, **les responsables de magasins** proposant des produits en vrac ont un rôle très important à jouer :

- ✓ L'idéal est de pouvoir compter sur **un personnel dédié et formé** pour gérer les rayons et les stocks, entretenir les équipements et mettre en place les outils et procédures de contrôle et de prévention ;
- ✓ Travailler avec leurs fournisseurs pour limiter les emballages amont ;
- ✓ Faciliter l'acte et l'impact d'achat du consommateur :
  - En acceptant ou proposant des contenants d'achats de différents formats (optimisation masse/quantité);
  - En encourageant le consommateur à utiliser ses propres contenants réemployables et à les réemployer le plus de fois possible ;
  - En proposant, avec son fournisseur d'équipements de distribution, des solutions permettant l'utilisation de tous types de contenant et l'ajustement de la dose servie.
- ✓ Pour limiter le gaspillage alimentaire, assurer un suivi des stocks et la mise en place de mesures de prévention (promotions, placement en rayon) pour une rotation optimale des produits

#### Les consommateurs

Les acheteurs de produits en vrac sont encouragés à mettre en place des bonnes pratiques que ce soit en magasin lors de l'acte d'achat ou à la maison pour le stockage et la gestion des produits. Ces bonnes pratiques consistent à :

- ✓ Choisir un contenant ajusté à la quantité voulue et au type de produit, avec nettoyage renforcé pour l'achat de produits Droguerie Parfumerie Hygiène ;
- ✓ Utiliser un contenant réemployable en optimisant son nombre d'utilisations ;
- ✓ Adopter un comportement responsable en magasin pour limiter les pertes de produits et donc le gaspillage notamment alimentaire (pas d'abandon de sac rempli, respect des consignes de service, vigilance sur les gestes de service et respect des consignes);
- ✓ Adapter les quantités achetées et stockées à la maison à la fréquence de consommation pour limiter les risques de pertes ;
- ✓ Conserver les produits à la maison dans des contenants adaptés (fermés hermétiquement, à l'abri de la chaleur, de l'humidité et de la lumière) pour éviter tout gaspillage.





## LE VRAC : DES RISQUES SANITAIRES À MAÎTRISER PAR L'ENGAGEMENT DES DISTRIBUTEURS ET DES CONSOMMATEURS

« Analyse et recommandations liées aux risques sanitaires pour les consommateurs, ainsi qu'aux risques pour la santé et la sécurité au travail de la distribution du vrac en France »

Dans un contexte de plein essor de la distribution vrac en France, l'ADEME a souhaité approfondir la connaissance relative aux risques sanitaires ainsi que les risques santé et sécurité au travail pour les professionnels de la vente en vrac. Cette étude se concentre sur les circuits d'achat en commerces spécialisés vrac et en Grande et Moyenne Surface (GMS), à partir du conditionnement en passant par la préparation des produits jusqu'à la distribution en vrac. Elle s'appuie sur 10 visites de sites à différentes étapes de la chaîne de distribution en vrac ainsi que sur l'analyse de la réglementation en la matière et a pour objectifs :

- D'identifier les risques sanitaires pour les consommateurs ainsi que les risques santé et sécurité au travail pour les professionnels de la distribution des produits en vrac ;
- De faire une analyse des exigences réglementaires pour identifier des éventuels besoins de précisions ou d'ajouts;
- De faire des recommandations pour la gestion des risques.

Pour la distribution en vrac, les risques sanitaires pour les consommateurs peuvent provenir des produits vendus, qu'il s'agisse des produits DPH (Droguerie, Parfumerie, Hygiène) ou des produits alimentaires, mais également des modes de distribution ou des pratiques du consommateur.

#### Identification des risques en santé et sécurité au travail

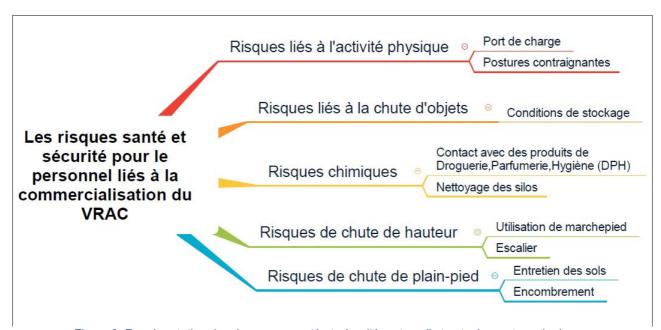


Figure 3: Représentation des risques en santé et sécurité au travail structurée par type de risques





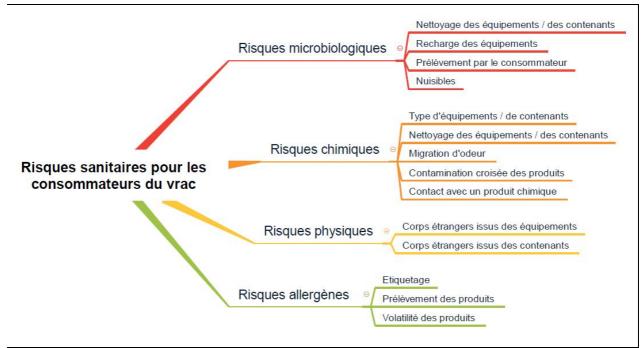


Figure 4: Représentation des risques sanitaire structurée par type de risques associés aux causes possibles d'apparition observées lors des visites

Pour la santé et la sécurité des travailleurs, des situations dangereuses au regard du risque lié à l'activité physique, à la chute d'objet, à l'utilisation de produit chimique, à la chute de hauteur ou de plain-pied ont été observées. Toutefois, des moyens de prévention ont également été rapportés même s'il a clairement été mis en évidence que les notions de règles d'hygiènes et la culture sécurité ne sont pas appréhendées de la même manière selon les structures. Enfin, même si la distribution en préemballée n'a comparativement pas été étudiée dans la présente étude, on peut formuler l'hypothèse que les situations dangereuses rencontrées ci-dessus sont les mêmes. Par contre, la connaissance de la fréquence d'occurrence de ces situations dans les deux types de distribution n'est pas disponible pour permettre une comparaison plus étayée.

Il est important de souligner que l'exposition aux différents risques des professionnels notamment dans les points de vente peut être plus importante pour la distribution vrac, due notamment à des manutentions et manipulations supplémentaires ou des contacts directs avec des produits (rechargement de silo via des conditionnements de gros volumes, nettoyage régulier des équipements de distribution, service assisté au contact de produits de droguerie, etc.).

S'agissant de l'exposition aux risques sanitaires pour le consommateur, les produits vrac sont exposants car ils ne sont pas protégés par leur emballage tout au long de leur cycle de vie. De ce fait la mise en œuvre des moyens de maîtrise des risques habituellement retrouvés dans la distribution des préemballés est insuffisante. Elle doit donc être précisée (formation, guide de suivi, procédures en atelier et en magasin, etc.) notamment pour les étapes de fin de chaine distribution, c'est à dire le stockage et la distribution des produits vrac dans les établissements de vente directe.

Au niveau réglementaire, les visites réalisées lors de l'étude montre un niveau général d'application inférieur aux autres systèmes de distribution. Plusieurs raisons l'expliquent : l'essor rapide de cette activité sans forcément de cadre précis, les différences de typologie de structures (dans l'organisation, les moyens disponibles), la complexité réglementaire dans sa structuration et la diversité des origines des textes applicables, l'imprécision de certaines dispositions prises dans le cadre du vrac ou encore l'absence de Guides de Bonnes Pratiques d'Hygiène validé et de formation obligatoire des distributeurs aux bonnes pratiques d'hygiène spécifiques à la vente en vrac.





Les recommandations de l'ADEME et pistes d'amélioration à l'attention de chacun des acteurs et selon les ressources techniques, organisationnelles et humaines

Afin de sécuriser et encadrer la pratique du vrac sur le point sanitaire, l'ADEME a identifié des recommandations à l'attention des acteurs pour limiter ou supprimer les risques (liste ci-dessous non exhaustive ; le rapport d'étude détaille l'ensemble des recommandations).

#### Pour les fournisseurs de produits destinés à la vente en vrac :

- Adopter une vigilance accrue sur les conditions de stockage (lutte contre les nuisibles, hygrométrie et température de conservation, etc.) et de conditionnement ;
- Veiller à l'adéquation des emballages et des conditionnements amont avec les étapes suivantes de stockage (herméticité, protection), de manutention et de manipulation pour le déconditionnement dans les points de vente.

#### Pour les fournisseurs de solutions de distribution en vrac :

- Choisir des équipements de distribution limitant les manipulations et/ou transvasements (pompage ou distribution gravitaire);
- Retenir des équipements de distribution facilitant le nettoyage et la manutention; durables pour limiter la casse et donc le risque de corps étrangers;
- Adopter des ustensiles de service solidaires de l'équipement de distribution en rayon pour éviter les contaminations croisées chimique ou allergène;
- Adapter les équipements de distribution et les contenants d'achat à chaque classe de produits (matériau en contact avec les denrées alimentaires, produits chimiques, etc.).

#### Pour les responsables de magasins proposant des produits en vrac :

- Intégrer dans le processus de formation du personnel les particularités du secteur du vrac (sur l'hygiène, la traçabilité, l'information du consommateur sur les produits, les contenants d'achat, etc.) ;
- Prévoir l'ergonomie du lieu de travail et les équipements de manutention adéquats pour transporter les conditionnements en gros volumes, faciliter le remplissage et le nettoyage des silos, etc.;
- Différencier les ustensiles et les équipements (forme, couleur) et contrôler ou sensibiliser en rayon sur les contenants d'achat utilisés selon le type de produit (droguerie-parfumerie-hygiène ou bien alimentaire) :
- Organiser le stockage amont puis le placement pertinent des produits dans les rayons pour éviter les contaminations croisées et les migrations d'odeurs, les mauvaises manipulations (pelle du bac A pouvant finir dans le bac B) et déversements accidentels (exemple du silo de poudre d'amande au-dessus du bac d'abricots secs);
- Assurer la traçabilité: étiquetage des produits et/ou des contenants selon la typologie et la réglementation en vigueur, suivi des lots de produits, etc.;

#### Pour les consommateurs :

- Privilégier le réemploi du même contenant pour le même produit (obligatoire pour les produits DPH);
- Assurer la propreté de ses contenants d'achat et leur bonne adéquation avec le produit acheté;
- Se faire assister avant service au point de vente en cas de doute sur l'équipements de distribution ou les caractéristiques des produits ;
- Adopter un comportement responsable en magasin pour contribuer à la propreté du rayon, éviter les contaminations croisées et déversements accidentels.







#### LES PRIX DE LA VENTE EN VRAC CONCURRENCENT FORTEMENT LES PRIX DU PRÉEMBALLÉ

« Analyse comparative des prix de produits vendus en vrac VS en préemballé »

La première raison qui pousse les Français à se tourner vers la vente en vrac ? Acheter la quantité désirée (37 %) ce qui permettrait, par ricochet, de mieux maîtriser les doses et ainsi réduire mécaniquement le gaspillage alimentaire chez le consommateur et donc ses dépenses. Au-delà de cet ajustement aux besoins du consommateur, l'avantage économique autour de ce mode de distribution n'est pas avéré, considérant que d'un côté on puisse économiser le coût de l'emballage de vente (et par extension une partie des coûts de communication et de marketing liée à l'attractivité de l'emballage) mais que d'un autre côté, la logistique et la manutention en magasin semblent plus complexes et donc plus coûteuses pour les produits en vrac.

C'est pourquoi, l'Institut National de la Consommation et l'ADEME ont décidé de mener cette étude comparative des prix de différents produits vendus en vrac par rapport à leurs versions préemballées à partir de relevés dans plus de 500 points de vente et 8 entretiens avec des professionnels de la distribution de produits.

8 produits ont été ciblés au regard de leur part de marché importante et de leur typologie (alimentaire et nonalimentaire), en cohérence avec 6\* des 7 produits considérés pour l'évaluation environnementale (les biscuits n'ont pas été retenus en raison du trop grand nombre de références possibles en magasin).

Les relevés ont volontairement été réalisés sur tout le territoire français pour un maximum de représentativité et en considérant 4 types de points de vente :

#### 8 types de produits à relever :

- Les amandes\*
- Les lentilles vertes
- Le sucre cristal
- Le riz blanc\*
- L'huile d'olive\*
- Le vinaigre de vin\*
- La lessive liquide\*
- Le savon liquide\*

#### 4 types de point de vente:

- Les hypermarchés et supermarchés
- Les magasins bio
- Les magasins spécialisés vrac
- Les drive classiques et les « drive Réemploi<sup>12</sup> »

#### Un marché du vrac dominé par le bio

L'étude montre d'abord que le marché du vrac actuel concerne davantage les produits bio, surreprésentés dans les rayons vrac par rapport aux produits conventionnels. L'étude révèle aussi que le vrac est généralement moins cher que le préemballé pour les produits bio (de 4% à 22%). Ce constat est inverse pour les produits conventionnels (non bio). Par ailleurs, ce sont les magasins bio qui proposent les produits en vrac les moins chers comparés aux épiceries

<sup>12</sup> Ce service consiste à proposer l'achat en ligne de produits conditionnés dans des contenants réemployables et consignés, avec ensuite retrait de la commande dans un magasin dédié ou une zone de retrait drive. Les clients rapportent ensuite les contenants consignés vides qui seront utilisés de nouveau pour de prochaines commandes. Dans la pratique actuelle, ces « magasins-drive », que l'on retrouve identifiée sous les noms de « drive zéro déchet » ou « drive en vrac », ne répondent pas aux critères de vente définissant la vente en vrac. C'est pourquoi, dans le cadre des études ADEME, on nomme cette pratique « Drive Réemploi ».





## spécialisées vrac et aux hypermarchés et supermarchés (jusqu'à -16% sur les produits relevés entre magasins bio et GMS).

Cette domination par le bio de l'offre actuelle de produits vendus en vrac peut donc contribuer à renvoyer aux consommateurs une image du vrac plus cher que son équivalent en préemballé, basée sur sa perception du produit bio plus cher que le produit équivalent conventionnel (non bio). La tendance constatée par les professionnels de la distribution est cependant au développement de l'offre de vente en vrac de produits et de marques conventionnels (non bio) y compris pour les marques des distributeurs. Cet élargissement de l'offre devrait donc contribuer à rendre l'acte d'achat en vrac plus accessible pour l'ensemble des consommateurs.

#### Un modèle du vrac encore en construction pour devenir plus attractif

Les fabricants/producteurs ont confirmé lors des entretiens que les coûts de production sont, dans la majeure partie, similaires pour les produits vrac comme préemballés. En revanche, ils confirment pour la plupart que les coûts d'emballage sont moins élevés pour de plus grands contenants destinés au vrac.

Du côté des distributeurs, si la logistique d'un rayon vrac n'est pas la même qu'un rayon de produits préemballés et requiert davantage de main d'œuvre (nettoyage/remplissage) et d'investissements, certains responsables interrogés indiquent faire le choix de ne pas reporter tous les coûts supplémentaires directement sur les produits vendus en vrac pour proposer une offre vrac attractive.

D'autres paramètres techniques et organisationnels peuvent également influer sur les prix comme par exemple :

- Les pertes de produits à certaines étapes de la vente en vrac selon leur taux de maîtrise, le coût du mètre carré selon l'emplacement du point de vente, les frais de communication et marketing et les économies d'échelle;
- Également l'adaptation nécessaire de la logique industrielle et des circuits de distribution à grande échelle pour la vente en vrac.

Les acteurs de l'ensemble de la chaîne de distribution, et notamment ceux de la distribution conventionnelle, ont besoin de s'organiser et faire évoluer leurs modèles et pratiques d'approvisionnement, de conditionnement et de vente pour développer ce mode de consommation de produits en vrac (en lien avec les objectifs de la loi Climat et résilience) et proposer une offre élargie attractive et financièrement accessible à tous les profils de consommateurs.

Quoi qu'il en soit, l'achat en vrac laisse la possibilité de choisir la quantité que l'on souhaite. Cela permet à la fois de ne pas acheter des quantités plus importantes que le besoin réel et d'adapter ainsi son budget.

Ce facteur « quantité choisie » peut également permettre de réduire le gaspillage alimentaire chez les consommateurs à condition d'assurer une conservation appropriée à domicile et une consommation dans les temps impartis.





## **ANNEXES**





#### Annexe 1 – Zoom sur les déchets non-alimentaires par secteur

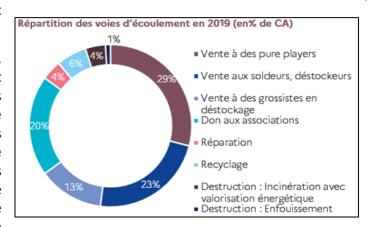


#### **ZOOM sur le secteur des VÊTEMENTS ET CHAUSSURES**

Le taux d'invendus des vêtements et chaussures est l'un des plus élevé parmi les 12 secteurs de l'étude. Il est estimé pour 2019 à 4,1 % du CA (soit près de 1,7 Md€ de valeur marchande). Soumis à de fortes contraintes de saisonnalité (renouvellement fréquents de collections), les principales causes d'invendus avancées par les acteurs du secteur sont les surplus de vêtements en fin de saison ou après les soldes (37 % des répondants), les

défauts de production (31 %) et la surproduction et les surstocks (27 %).

Après utilisation des filières internes de valorisation, très importantes pour le secteur (soldes et démarques, magasins d'usine...) les produits invendus restants sont principalement écoulés via le déstockage (65 %) suivi par le don aux associations (20 %). Si ces filières sont bien en place pour le secteur du prêt à porter, elles suscitent toutefois encore des inquiétudes pour les acteurs du luxe (atteinte à l'image de marque, manque de visibilité sur la destination finale des produits, risques de développement de la contrefaçon, etc.).



La loi AGEC devrait avoir des effets importants, permettant de développer les pratiques de prévention des invendus (gestion prévisionnelle des ventes, développement de la location), de réduire la destruction notamment dans le secteur du luxe et de développer des filières alternatives de valorisation (ex. upcycling ou recyclage). Toutefois selon les acteurs interrogés, le volume des invendus ne devrait diminuer que modérément dans les prochaines années, les évolutions principales se situant plutôt au niveau de la typologie des causes d'invendus (ex. retours clients liés à la vente en ligne) pour lesquels des actions de prévention sont à favoriser.



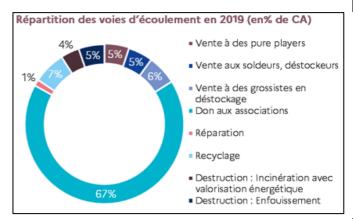




#### **ZOOM sur le secteur HYGIENE & SOIN**

Le taux d'invendus du secteur hygiène et soins est de 1,2 % du CA, soit une valeur marchande estimée à 128 M€. Selon les acteurs du secteur, les fins de série et le changement de marketing constituent la cause principale des invendus (41 % des répondants), en lien avec la forte saisonnalité et les effets de mode très marqués. La surproduction entraînant une absence de débouchés commerciaux ainsi que les défauts mineurs qui altèrent les performances des produits constituent les deux autres causes principales d'invendus, selon respectivement 22 % et 21 % des répondants.

Les produits d'hygiène et de soins sont considérés comme « de première nécessité », et sont en priorité apportés aux personnes dans le besoin via le don dans un objectif de lutte contre la précarité. Le don représente la voie d'écoulement utilisée pour 67 % des invendus et la loi AGEC fixe notamment par décret une liste de produits d'hygiène et de soins devant nécessairement être réemployés, et ne pouvant pas être recyclés. Le déstockage représente la 2e voie d'écoulement la plus utilisée, et concerne 16 % des invendus. Le secteur est néanmoins contraint à des



enjeux de marque associés aux produits de bien-être haut de gamme et de luxe (parfums, soins, maquillage), qui peuvent limiter le recours au don et au déstockage.

La part des différentes voies d'écoulement devrait être amenée à évoluer dans le sens d'une augmentation du don et du déstockage suite à la loi AGEC, sans pour autant entrainer une diminution significative de la part des invendus détruits, notamment pour les produits non concernés par l'obligation de réemploi et qui ne bénéficient pas de filières de recyclage matures.





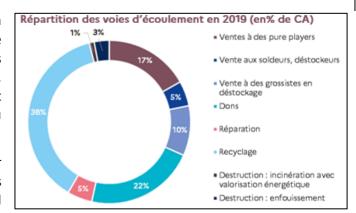


#### **ZOOM sur le secteur ELECTROMENAGER**

Le taux d'invendus du secteur de l'électroménager est de 1,3 % du CA du secteur, soit une valeur marchande estimée à 107 M€. Les principales causes des invendus évoqués par les acteurs du secteur sont de plusieurs natures : fin de série (29 % des répondants), défauts mineurs sur les produits (26 %), produits avec des pannes mineures (20 %), etc.

Les produits électroménagers sont couverts par la filière REP des DEEE, qui offre une solution de recyclage facilitée via les éco-organismes pour les produits ne pouvant pas être écoulés en interne, déstockés, donnés ou réparés. Ainsi, le recyclage est utilisé pour écouler 38 % des invendus, suivi du déstockage (32 % des invendus) et du don (22 %).

Le don d'électroménager est apprécié pour équiper les centres d'hébergement, ESAT ou autres structures sociales. Le secteur dispose également d'un potentiel important pour la réparation, qui représente



actuellement le mode d'écoulement pour 5 % des invendus, dans le cas de produits neufs présentant des dysfonctionnements.

Il n'est pas envisagé une baisse importante de la quantité d'invendus en lien avec la loi AGEC, avec l'émergence de la vente en ligne (souplesse des retours clients) sur le secteur qui représente une potentielle source d'invendus. Les produits peuvent facilement être renvoyés aux producteurs, et ne sont pas systématiquement testés si l'acheteur signale un problème ou remis en vente s'ils ont été déballés. Des initiatives entre producteurs, distributeurs, éco-organismes et ateliers de réparation sont néanmoins en train d'émerger pour tester / réparer des produits renvoyés par les consommateurs pour qu'ils soient *in fine* utilisés.

#### Pour aller plus loin

- Étude des gisements et des causes des invendus : <a href="https://librairie.ademe.fr/dechets-economie-circulaire/5035-etude-des-gisements-et-des-causes-des-invendus-non-alimentaires-et-de-leurs-voies-d-ecoulement.html">https://librairie.ademe.fr/dechets-economie-circulaire/5035-etude-des-gisements-et-des-causes-des-invendus-non-alimentaires-et-de-leurs-voies-d-ecoulement.html</a>
- Analyse comparative des prix de produits vendus en vrac VS en préemballé : <a href="https://librairie.ademe.fr/dechets-economie-circulaire/5068-analyse-comparative-des-prix-de-produits-vendus-en-vrac-vs-en-preemballe.html">https://librairie.ademe.fr/dechets-economie-circulaire/5068-analyse-comparative-des-prix-de-produits-vendus-en-vrac-vs-en-preemballe.html</a>
- Panorama et bénéfices environnementaux de la distribution en vrac : <a href="https://librairie.ademe.fr/consommer-autrement/5067-panorama-et-benefices-environnementaux-de-la-distribution-en-vrac.html">https://librairie.ademe.fr/consommer-autrement/5067-panorama-et-benefices-environnementaux-de-la-distribution-en-vrac.html</a>
- Gestion des impacts sanitaires de la distribution en vrac : <a href="https://librairie.ademe.fr/dechets-economie-circulaire/5066-gestion-des-impacts-sanitaires-de-la-distribution-en-vrac.html">https://librairie.ademe.fr/dechets-economie-circulaire/5066-gestion-des-impacts-sanitaires-de-la-distribution-en-vrac.html</a>
- Analyse et recommandations liées aux risques sanitaires de la distribution en vrac en France : <a href="https://librairie.ademe.fr/consommer-autrement/5065-analyse-et-recommandations-liees-aux-risques-sanitaires-de-la-distribution-en-vrac-en-france.html">https://librairie.ademe.fr/consommer-autrement/5065-analyse-et-recommandations-liees-aux-risques-sanitaires-de-la-distribution-en-vrac-en-france.html</a>
- Panorama et évaluation environnementale du vrac en France : <a href="https://librairie.ademe.fr/consommer-autrement/5064-panorama-et-evaluation-environnementale-du-vrac-en-france.html">https://librairie.ademe.fr/consommer-autrement/5064-panorama-et-evaluation-environnementale-du-vrac-en-france.html</a>