



L'OBSERVATOIRE 2022 DU **RAYON VRAC**

5^{ème} édition



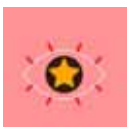
Adoptez maYam, la première application métier conçue pour le vrac

Une gestion simple et intuitive de votre rayon vrac. Suivez votre traçabilité en magasin et partagez une information produit complète et conforme aux consommateurs.



Votre carnet de traçabilité devient digital et interactif.

Lors de votre remplissage en rayon, un simple scan de l'étiquette QR code sur le silo vous permet de saisir sa traçabilité. Elle est alors immédiatement disponible aux consommateurs et associée à une fiche produit de la base de données maYam.



Accroître la confiance



Gagner du temps



Respect de la réglementation



Éviter le gaspillage


mayam
scannez aussi le vrac

contact@mayam.io



En plus en magasin, offrez la possibilité aux consommateurs de retrouver, en un clic sur smartphone, le détail complet des produits vrac.

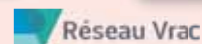
Information produit

Idées recettes

Fiche de la marque



Membre du



En partenariat avec



1 - LE VRAC EN 10 INSIGHTS CLÉS.....	5
2 - L'OBSERVATOIRE DU RAYON VRAC.....	21
• Méthodologie.....	23
• Implantation en magasins.....	26
• L'offre.....	53
• Les prix.....	64
• L'expérience client.....	77
• Focus "quali".....	81
• Vu en magasins.....	117
3 - LA PAROLE AUX EXPERTS.....	128
4 - EN IMAGES : LE VRAC ICI & AILLEURS.....	135
5 - ZOOM : MADE IN ENGLAND.....	185

Ils ont permis la réalisation de cet "Observatoire" :

 APPLYMAGE[®] ECO p. 18	 BIO DAY ORGANIC ALLIANCE p. 36	 Daco Bello ENTREPRISE FAMILIALE FRANÇAISE p. 59	 DIGI p. 87, 100	 ékovrak p. 6, 111, 173
 H p. 2, 78, 129	 Jean Bouteille p. 94, 146	 juste Bio MANGER JUSTE p. 54	 MAUNIER — AUTOMATION — p. 136	 naturaline C'est mon côté BIO ! p. 118
 naturinov p. 22, 65	 Packtic LE PACKAGING DIGITAL p. 14, 104	 Réseau Vrac p. 132	 SITOUR[®] PART OF ISD p. 82, 83	 Trade Fixtures p. 10
 VRACO DISTRIBUTION p. 181	 WinMinute Notre partenaire depuis 5 éditions  ProChecking p. 25	 ZEST HACCP SOLUTION DE PHYTOCONTROL GROUP p. 27	Pour mieux les connaître, n'hésitez pas à cliquer sur les logos. De même, au fil des pages, suivez les flèches pour découvrir leurs offres et solutions (au sein des annonces).	

1^{ÈRE} PARTIE

LE VRAC EN 10 INSIGHTS CLÉS



ékovrak

Spécialiste des produits d'entretien en vrac



Aucun investissement
RENTABILITÉ du mobilier

SIMPLICITÉ +++

Parcours client et gestion intuitifs



Produits fabriqués en **FRANCE**

Suivi et SAV Régional
RÉACTIVITÉ en 48h max

FABRIQUÉ
en **FRANCE**



+ 50% de CA en linéaire



La lessive et le liquide vaisselle :
TOP VENTE EN VRAC
des produits d'entretien Ekovrak

40% à 50% de taux de
FIDÉLISATION

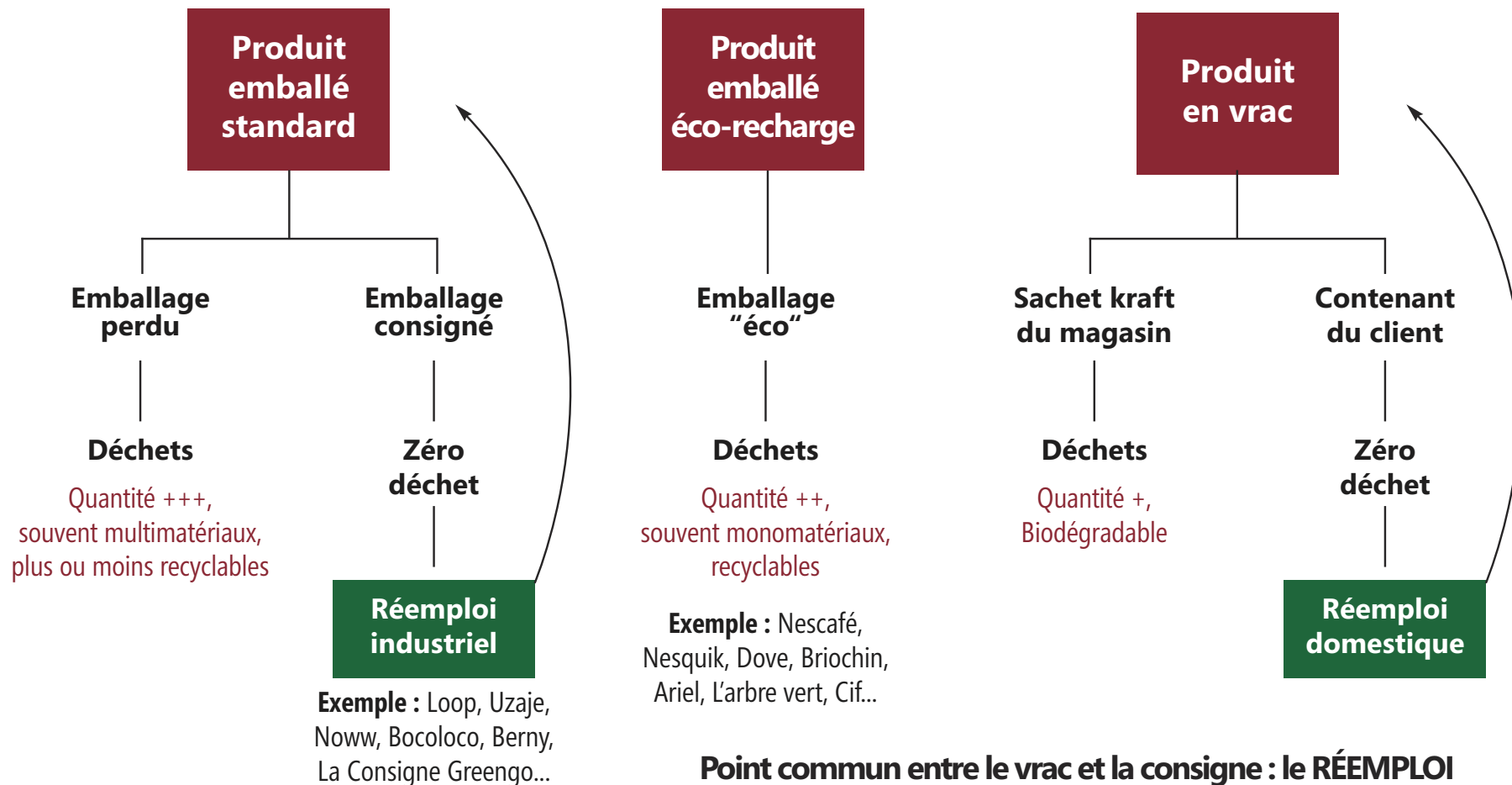


www.ekovrak.com

Contactez nous !

contact@ekovrak.fr

REMISE EN PERSPECTIVE DU VRAC



QUEL CHIFFRE D'AFFAIRES POUR LE MARCHÉ DU VRAC EN FRANCE ?

**Magasins spécialisés vrac
et magasins bio**



500 à 600 M€

Sources :  Réseau Vrac **KANTAR**

Grande distribution



environ **10 000** magasins
dont l'activité vrac génère
un CA moyen compris
entre **20** et **40** K€ soit :

200 à 400 M€

Sources :  **LINEAIRES**



**Soit un
CA total**

< 1 Md€

En 2022, des discussions avec les panélistes et différents acteurs du vrac, nous ont conduit à revoir la façon de quantifier ce marché... et à abaisser sensiblement les ordres de grandeur des estimations précédemment communiquées. Si les données relatives au circuit bio et aux épiceries vrac sont connues, à quelques nuances près, les chiffres de la grande distribution étaient jusqu'ici largement surévalués. D'où une approche désormais plus pragmatique.

PÉNÉTRATION DU VRAC DANS LES FOYERS FRANÇAIS

JANVIER 2020

40 %

(+ 3 pts vs. 2018)

DÉCEMBRE 2020

37 %

DÉCEMBRE 2021

31 %

Nielsen Panel Views, décembre 2021

La consommation de vrac est loin de retrouver son niveau pré-Covid. Après le coup d'arrêt des ventes du fait de la crise sanitaire (fermetures de rayons, changement de magasin...), les Français n'ont pas tous repris leurs habitudes de consommation.

TRADE FIXTURES

vos silos et bacs à pelle pour la vente en vrac



Nos innovations

Améliorez l'expérience client



Le "sans contact"

Innovation "d'une seule main".
Ce système sans contact utilise
l'emballage ou le récipient du client
pour actionner le distributeur.

Le Rhino Nut Grinder

Peut broyer des noix entières !
Les beurres de noix sont très
tendance et pour de bonnes
raisons. Ils sont délicieux,
et bons pour la santé !



Pourquoi choisir Trade Fixtures ?



Durabilité

Matériel très résistant :
Réduction du coût
total de propriété.



Compatible lave-vaisselle

Efficacité.



Polyvalent & Evolutif

Avec de multiples options
pour optimiser votre mix
produits (Agitation), réduire
les pertes et le gaspillage
(contrôle des portions) et un
nouveau système sans contact.



Merchandising & Présentation

Fabriqués dans un matériau
transparent sans BPA, résistants aux
rayures et au blanchissement.

Le Maximizer

Distribue "l'indistribuable" !
Parfait pour vos fruits secs
et farines.



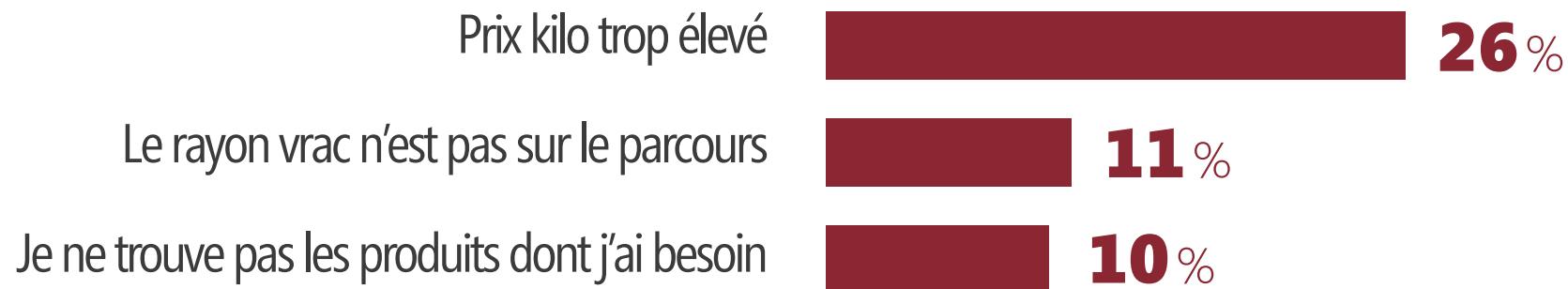
Nos classiques depuis près de 40 ans



© 2020 Trade Fixtures

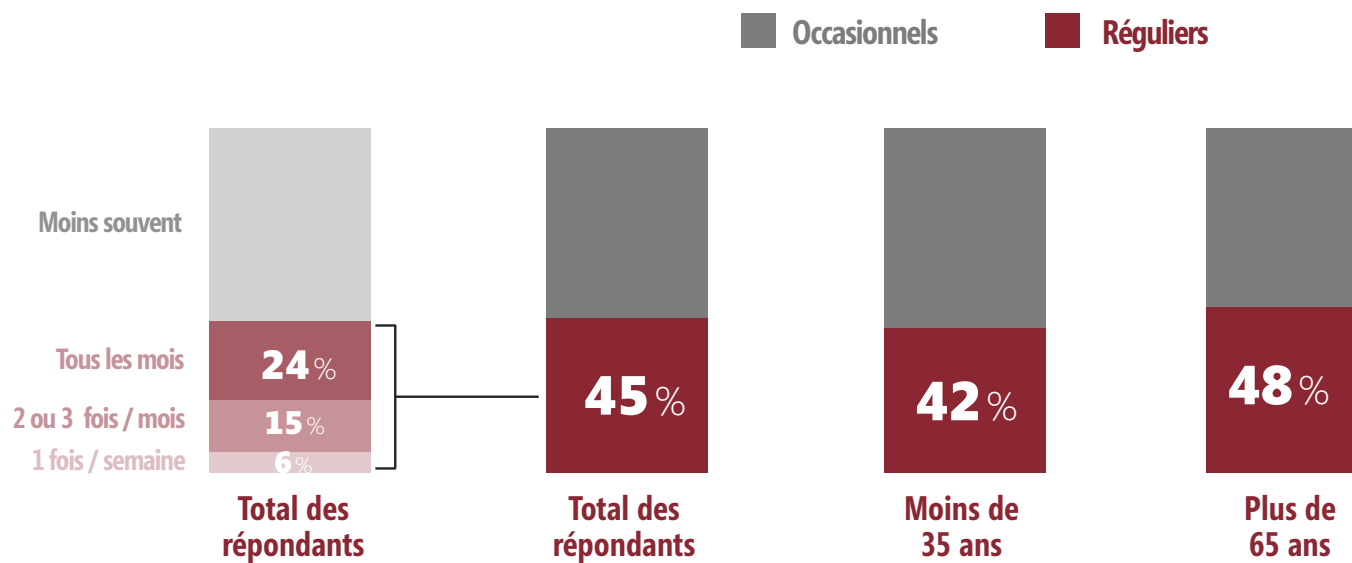
LE VRAC SOUFFRE DES RESTRICTIONS BUDGÉTAIRES

> QUESTION : “Pour quelle(s) raison(s) avez-vous diminué vos achats de produits en vrac ? ”
(focus sur la raison principale)



FRÉQUENTATION DES ACHETEURS DE VRAC

> **QUESTION :** “De manière générale, à quelle fréquence achetez-vous des produits en vrac ?”

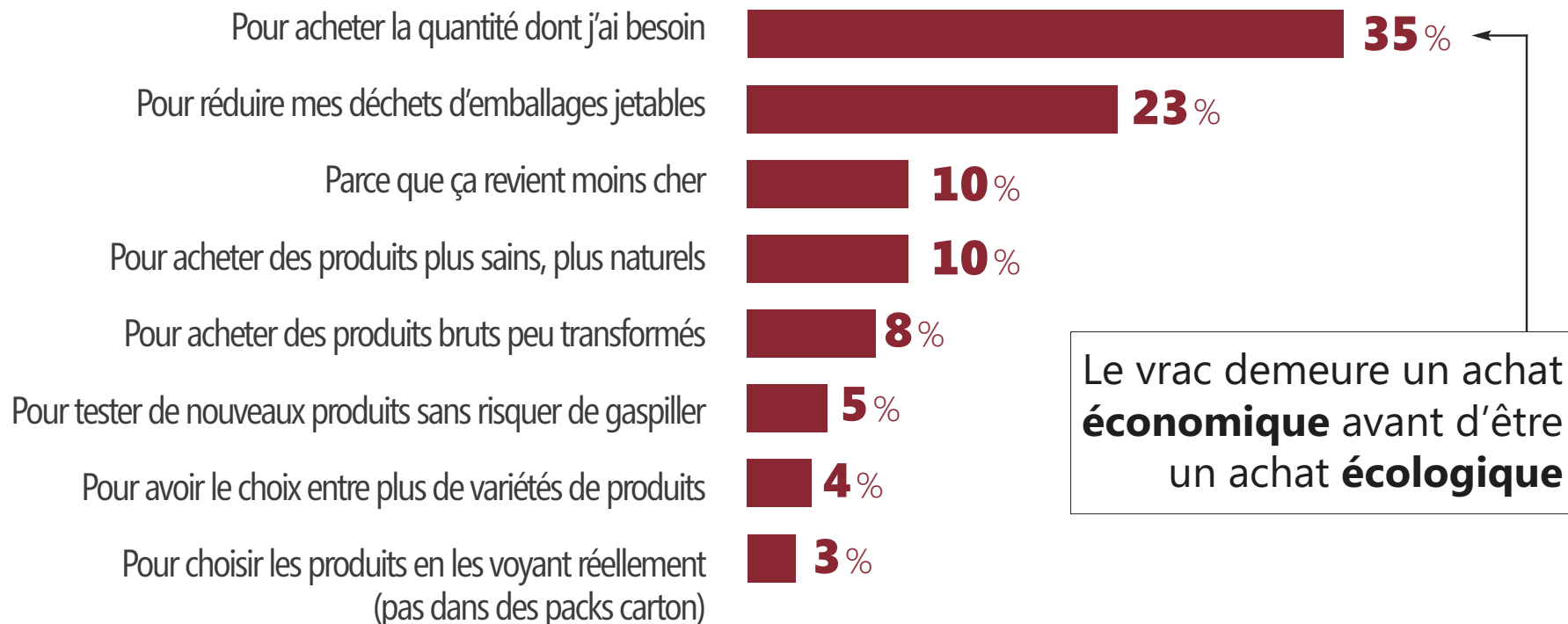


Nielsen Panel Views, décembre 2021

Le vrac est rentré dans les habitudes de consommation de 4 millions d'acheteurs.
Une majorité de clients du rayon vrac demeure malgré tout très occasionnels.

LES RAISONS D'ACHAT EN VRAC

> **QUESTION :** "Pour quelle raison principale achetez-vous des produits en vrac ?"



Nouvelle solution pour améliorer l'expérience vrac !

L'application consommateurs connectée aux marques et aux commerces

- ✓ **MARQUES** : création et diffusion d'une information produit fiable et enrichie (recettes, engagements...)
- ✓ **COMMERCES** : traçabilité numérique et expérience client



VOIR LA
VIDÉO

Développons ensemble
les bonnes pratiques !

Programmer une démo



Solution éditée par

Packtic
LE PACKAGING DIGITAL DU VRAC

bonjour@packtic.fr - 04.58.00.81.55

Financé par



bpi**france**

FRENCH TECH
IN THE ALPS

Perifem



MOONSHOT LABS
CONCRETE BUILDERS

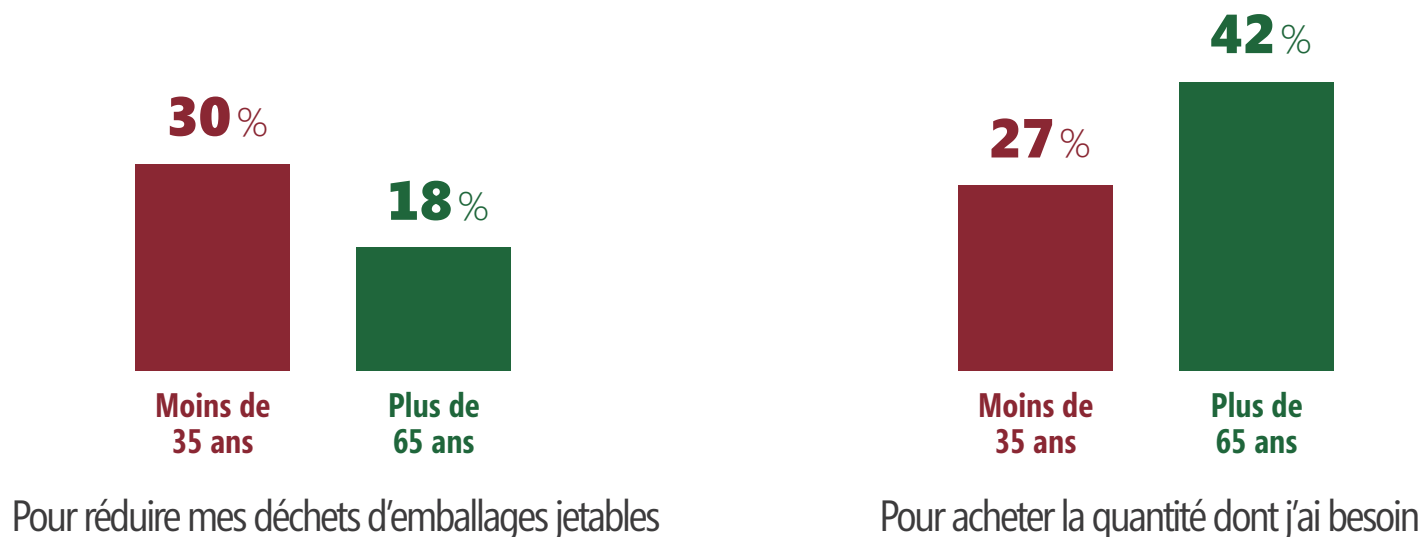
Réseau Vrac



LES RAISONS D'ACHAT EN VRAC

> **QUESTION :** "Pour quelle raison principale achetez-vous des produits en vrac ?"

Les motivations d'achat
varient **selon les âges**



UNE OFFRE ENCORE TROP LIMITÉE POUR LES FRANÇAIS

52 %

des foyers français souhaitent
trouver plus de produits en vrac
dans leurs magasins



80 %
pour les acheteurs
actuels de vrac

Toujours soutenue,
l'attente est toutefois
moins importante
qu'un an plus tôt :
- 10 points

Épicerie
69 %

Entretien
53 %

Hygiène & Beauté
41 %

Petfood
28 %

LE PARC DES ÉPICERIES VRAC



Sur la base des adhérents au Réseau Vrac

240

OCTOBRE 2019

385

OCTOBRE 2020

857

OCTOBRE 2021

866

SEPTEMBRE 2022

Épicerie 100 % vrac "fixes"	545
Rayons vrac au sein d'épicerie.....	157
Épicerie 100 % vrac "ambulantes"...	78
Sites e-commerce de vrac.....	86

La somme est supérieure au chiffre global certains opérateurs pratiquant deux activités. Exemple : boutique et site web.



Leader du vrac spécialisé avec 68 boutiques, day by day n'est toutefois pas la seule "chaîne" dédiée au vrac. Mademoiselle Vrac et La Mesure (Juste ce qu'il vous faut) comptent respectivement 17 et 16 points de vente.



Le Drive tout nu vient de reprendre Ze Drive. Une fusion naturelle, pour deux sociétés ayant le même ADN : le drive zéro déchet. Ce faisant, le Drive tout nu compte désormais 7 points de retrait à Bordeaux en plus de ses 3 à Toulouse, 3 à Chambéry et 2 à Lille. Dans ces trois dernières villes l'enseigne pratique également la livraison.

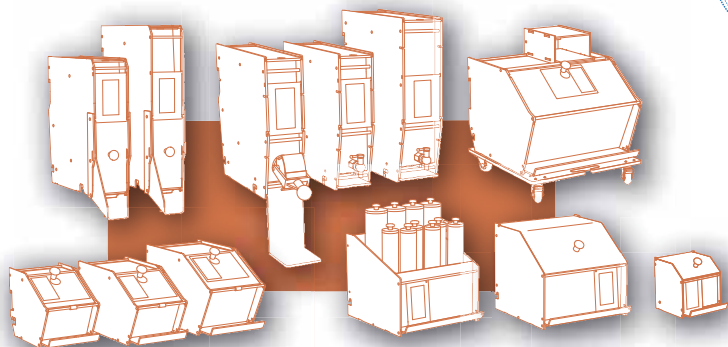


DISTRIBUTEURS

APPLYVRAC®
eterniti®

Le plaisir du vrac au quotidien™

- durabilité exceptionnelle
- transparence intégrale
- hygiène contrôlée
- confort et plaisir d'utilisation



DÉCOUVREZ L'ENSEMBLE DE LA GAMME SUR www.applymage-eco.com



FAITES LA DIFFÉRENCE
pour vos clients (et pour vous !)

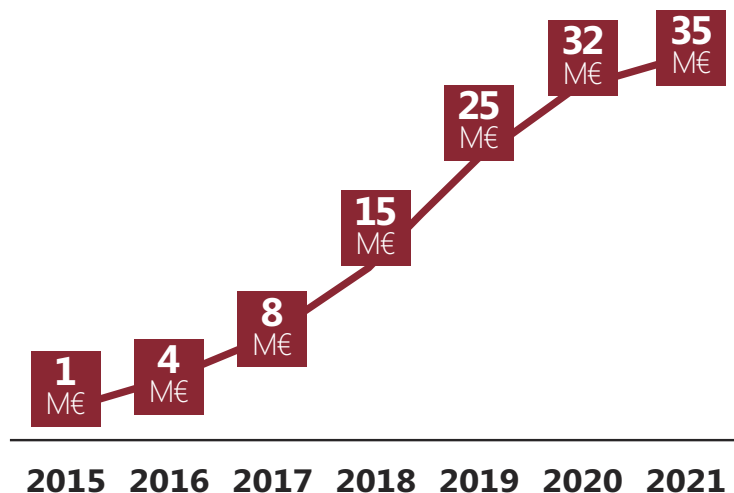


NATEXPO Lyon - stand N108

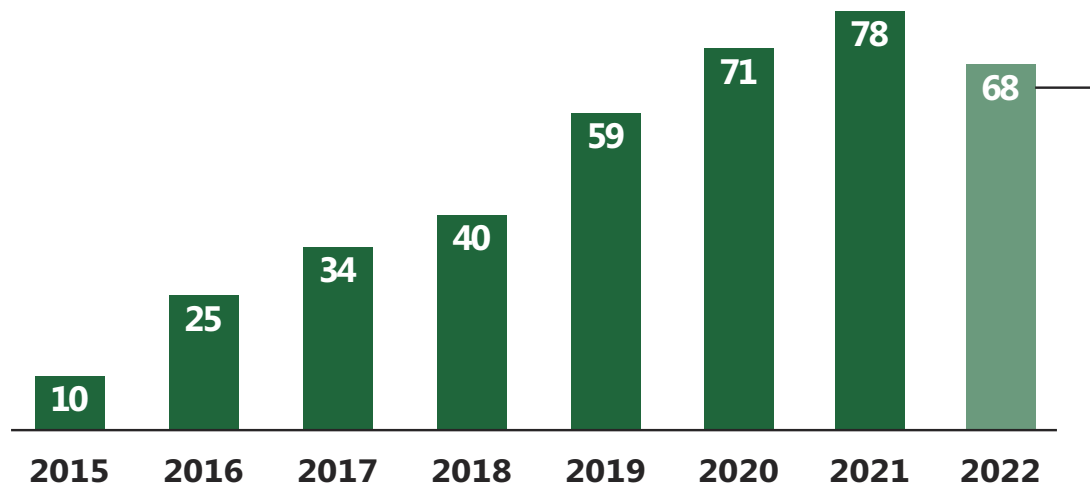
+ 33 (0)9 64 22 06 45 | contact@applymage.com

DAY BY DAY : CHIFFRES-CLÉS

> Chiffre d'affaires (TTC)



> Le parc de magasins



La première chaîne spécialisée vrac day by day se remet en ordre de développement. De nouvelles ouvertures sont attendues d'ici fin 2022/début 2023 avec un accent particulier sur le format XXL day by day Grand Marché. Un concept de périphérie mêlant magasin vrac et halle marché façon Grand Frais via des partenariats avec 3 commerçants indépendants (boucherie, fromagerie et primeur). Ouvertures à venir à Lille, Toulouse, Grenoble et au Québec.

dont : _____



(+ 3 à venir dans les 8 mois)

1 shop in shop



+ en parallèle :



(+ 3 à venir d'ici fin d'année)



A VOS AGENDAS !

LINEAIRES
Le magazine de la distribution alimentaire

Rayon Boissons
LE MAGAZINE DES BOISSONS LE CRAN DE L'INDUSTRIE

CIRCUITS BIO
LE SPECIALISTE DES MAGASINS BIO

**éditions
DAUVERS**

vous donnent d'ores et déjà rendez-vous pour :



3^{ème} édition / 8 juin 2023

Hôtel Mercure Paris Porte de Versailles Expo

2^{ÈME} PARTIE

L'OBSERVATOIRE

en collaboration avec



Un concept de style de vie éco-responsable sur mesure pour les consommateurs d'aujourd'hui

Depuis 2009, Natur'Inov, un des pionniers de la vente en vrac développe des concepts et des produits bio pour répondre aux demandes des consommateurs attentifs à leur bien-être et à la préservation de notre planète. Pour fidéliser les consommateurs, les équipes de Natur'Inov sont très attentives à la qualité gustative des produits ainsi qu'au plaisir qu'ils procurent aux consommateurs qui les choisissent.

Un concept ecoresponsable

- En choisissant des produits bio, Natur'Inov se place du côté des acteurs de la préservation de la biodiversité et de la préservation de la capacité de la terre à nourrir les générations futures
- Avec **econological** de Natur'Inov vous permettez à un grand nombre de consommateurs de devenir acteur de la préservation de notre environnement
- Proposer **econological** c'est aussi s'engager pour une consommation sans gaspillage et donner aux consommateurs le choix de la quantité correspondant à leur budget et leur besoin
- Pour aller le plus loin possible dans cette démarche environnementale, souhaitée par un nombre toujours plus grand de consommateurs, Natur'Inov propose des sachets kraft et évite au maximum l'utilisation de plastique dans toute la chaîne de production.

Des produits pour les consommateurs sensibles à la préservation de leur capital santé

- Natur'Inov propose un large assortiment de fruits secs, de fruits séchés, de produits riches en protéines, ou avec moins de sel et de sucre.
- Nos nutritionnistes, tout en gardant les objectifs de plaisir gustatifs et de santé, développent des recettes prêtes à consommer pour faciliter la vie des consommateurs pressés.
- Natur'Inov propose des recettes riches en fibres, riches en omegas 3, pauvres en sucres et en sel et privilégie toujours des ingrédients de qualité premium.

Pour toutes ces raisons, econological est la solution vrac pour développer et fidéliser votre clientèle.

Prenez contact dès aujourd'hui avec nos spécialistes qui vous proposeront une solution adaptée à vos besoins et à ceux de votre clientèle.

Plus d'informations et vidéos explicatives sur www.natur-inov.com

Avec **econological** by Natur'Inov,

adoptez la démarche

healthy food, healthy people, healthy planet.



Des produits qui génèrent du plaisir

- Grâce à un achat direct chez les producteurs et une transformation au fur et à mesure, Natur'Inov propose des produits qui conservent toutes leurs qualités nutritionnelles et gustatives comme le goût et le croquant des fruits secs, le moelleux des dattes, figues et abricots, par exemple.
- Natur'Inov propose une large gamme de produits riches en couleurs qui attirent l'œil et suscitent l'acte d'achat. Le plaisir est prolongé dans l'assiette et permet de fidéliser une clientèle exigeante
- Natur'Inov propose aussi un large choix de produits à partager entre amis comme des noix de cajou épicées et des mélanges de noix et graines originaux



2^{ÈME} PARTIE : L'OBSERVATOIRE

1 • MÉTHODOLOGIE

SUR LE TERRAIN EN MAGASINS avec WinMinute et ses "winautes"



16 enseignes HM/SM

409 magasins visités par les "Winautes"

Moyens : relevés de prix, photos, QCM,
avis via l'appli. WinMinute

Terrain du 11 juin au 31 juillet 2022

E.Leclerc

Intermarché

franprix

Carrefour

SUPER U

Carrefour city

Auchan

market

monop'

Géant Casino

Casino supermarché

My Auchan

Intermarché HYPER

MONOPRIX

HYPER U

cora

2 pos



ProChecking

La force de vente augmentée !

Avec ProChecking, gagnez en productivité :
finis les déplacements inutiles, vous économisez du
temps et du carburant !

1

Via l'application, vos chefs de secteur commandent des visites dans les magasins de leur choix

2

Nos Winautes se rendent dans les points de vente pour réaliser le relevé

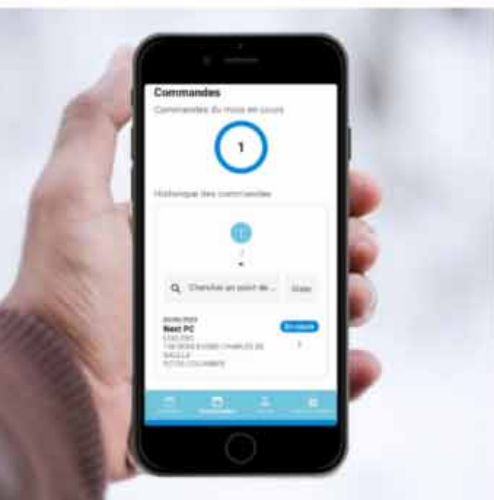


3

Le chef de secteur est informé (mail + notification) de la réalisation du relevé

4

Les équipes siège consultent les données directement via leur Espace Client



Une solution WinMinute

2^{ÈME} PARTIE : L'OBSERVATOIRE

2 • IMPLANTATION EN MAGASINS

Optimisez la traçabilité de vos rayons vrac.

Faites gagner du temps à vos équipes

En enregistrant vos étiquettes fournisseurs, les alertes DDM (date de durabilité minimale) sont automatiques !

Réalisez des économies

En supprimant le papier vous bénéficiez d'une meilleure visibilité et anticipez la fin de vie de vos produits.

Choisissez la sérénité

En maîtrisant la sécurité sanitaire de vos produits grâce à la centralisation de vos données en un seul point.

On passe à l'action ensemble ?

[Demandez une démo](#)

LE GESTE TRAÇABILITÉ.

OFFRE EXCEPTIONNELLE

400€ OFFERTS

pour l'achat d'une formule PREMIUM

Profitez-en, contactez :

service-clients@zest-haccp.fr

**Pour la souscription à la formule PREMIUM, votre imprimante offerte soit 400€ d'économisés.
Offre valable jusqu'au 31 octobre 2022 inclus.*

TOUS CIRCUITS (HM/SM et PROXI)

> Magasins détenteurs

sur **409**
magasins visités



296
présentent
un rayon vrac

E.Leclerc

Carrefour

Auchan

Géant
Casino

Intermarché
HYPER

HYPER U

cora

Intermarché

SUPER U

market

Casino
supermarché

MONOPRIX

franprix

Carrefour
city

monop'

Auchan 2



soit **75 %**

Précédentes éditions
de l'Observatoire

2018 > 56 %

2019 > 65 %

2020 > 71 %

2021 > 72 %

HYPERMARCHÉS

> Magasins détenteurs

sur **157**
HYPERs visités



139
présentent
un rayon vrac



soit **88 %**

E.Leclerc 

 Carrefour

 Auchan

Géant
Casino

Intermarché
HYPER

HYPER 

 cora

SUPERMARCHÉS

> **Magasins détenteurs**

sur **142**
SUPERS visités



108
présentent
un rayon vrac



soit **76 %**

Intermarché

SUPER U

market

Casino
supermarché

MONOPRIX

PROXIMITÉ PARISIENNE

> **Magasins détenteurs**

sur **110**
SUPÉRETTES visitées

seulement

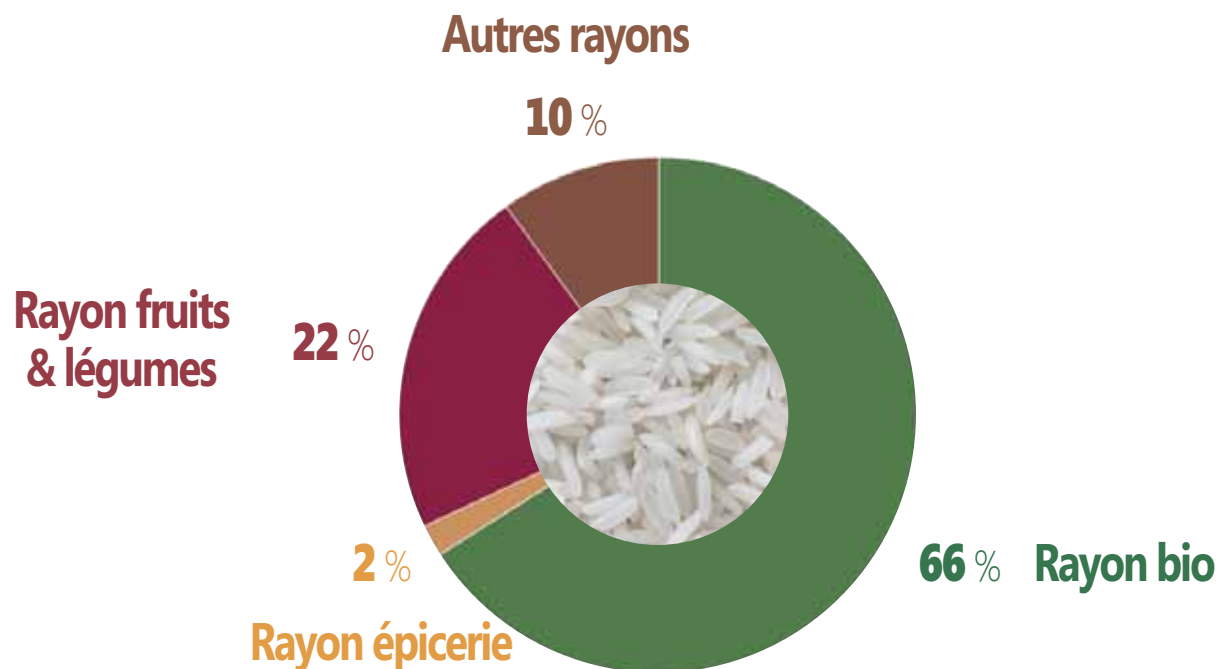


49
présentent
un rayon vrac



soit **44 %**

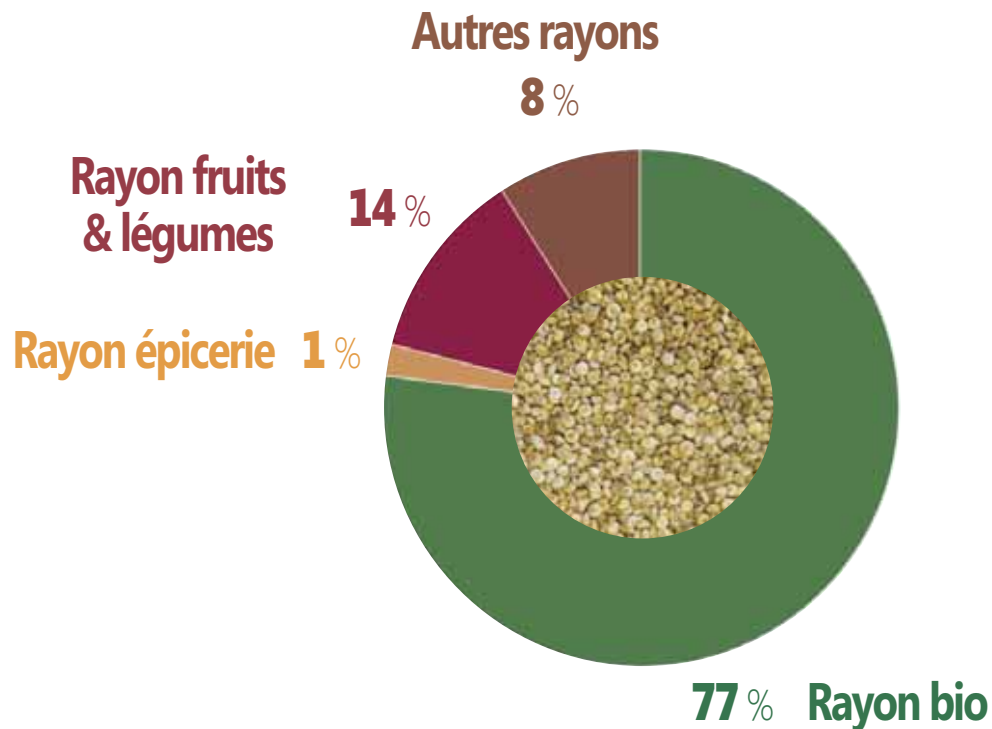
TOUS CIRCUITS (HM/SM et PROXI)



Les données de cette page et des pages suivantes ne sont basées que sur les magasins détenteurs.

Certains magasins disposent de plusieurs implantations vrac. Dans ce cas, seul le rayon principal a été pris en compte. D'où un total de 100 %

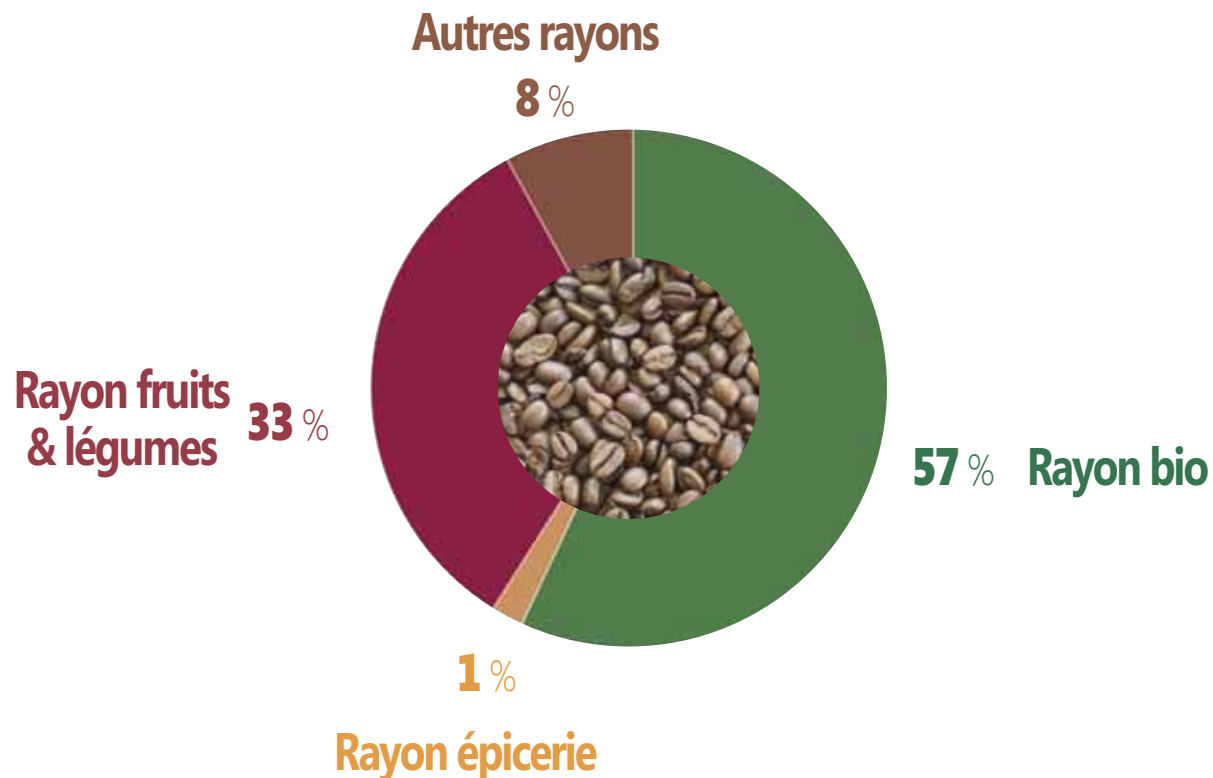
EN HYPERMARCHÉS



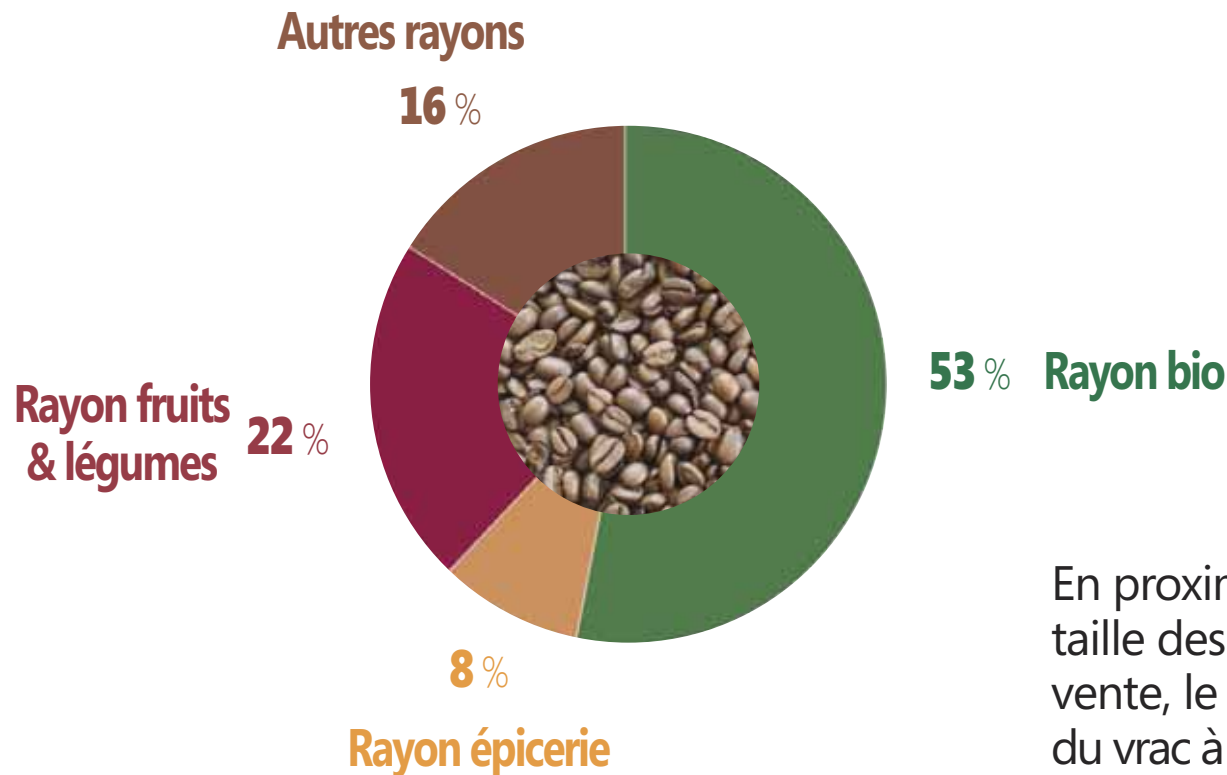
Déjà **très** majoritaire, la présence du vrac au rayon bio s'est encore renforcée en hypers.

Certains magasins disposent de plusieurs implantations vrac. Dans ce cas, seul le rayon principal a été pris en compte. D'où un total de 100 %

EN SUPERMARCHÉS



L'IMPLANTATION DE L'OFFRE VRAC EN MAGASINS EN PROXIMITÉ



En proximité, de par la taille des surfaces de vente, le rattachement du vrac à un rayon précis est moins aisé, d'où la sur-représentation de la catégorie "autres".



BIO DAY

Bioday, une solution clé en main pour votre rayon vrac !

01

Une marque issue de 35 ans d'expertise dans les filières bio !

- Créée par ProNatura en 2018
- Elle rend accessible à tous des produits bio de qualité et riches en goûts
- Les produits BIODAY sont pour la majorité issus de filières et coopérations durables



03

Une large gamme de produits qualitatifs et différenciants

- Fruits secs, oléagineux, légumineuses, céréales, café...



- Une segmentation claire par usage



- Des produits origine France et des produits équitables  
- De nombreux produits issus de nos filières
- Une qualité produit incomparable



02

Une offre full service

- Des solutions complètes et impactantes :
 - Meubles ou habillage gondoles avec ensemble trémies et bacs à pelle
 - Matériel qualitatif
 - Segmentation par usage
- Un commercial dédié :
 - Prise de commande
 - Remplissage et nettoyage des trémies

Retrouvez nous sur
www.bioday.fr

Contact

ProNatura

754 av. Pierre Grand - MIN - BP107
FR - 84303 Cavaillon Cedex

Tel : +33 (0)4 90 78 73 00



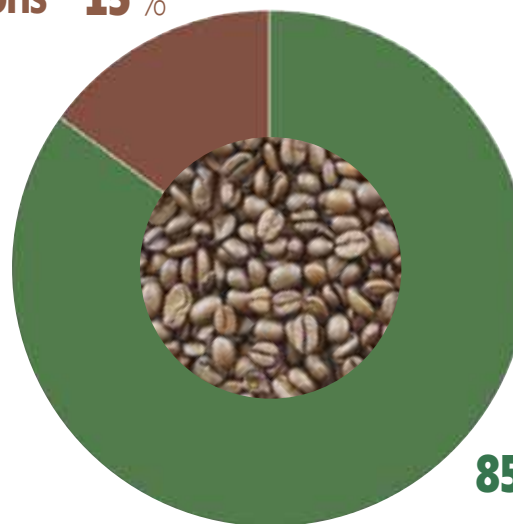


30
magasins visités



27
équipés

Autres rayons 15 %



85 % **Rayon bio**



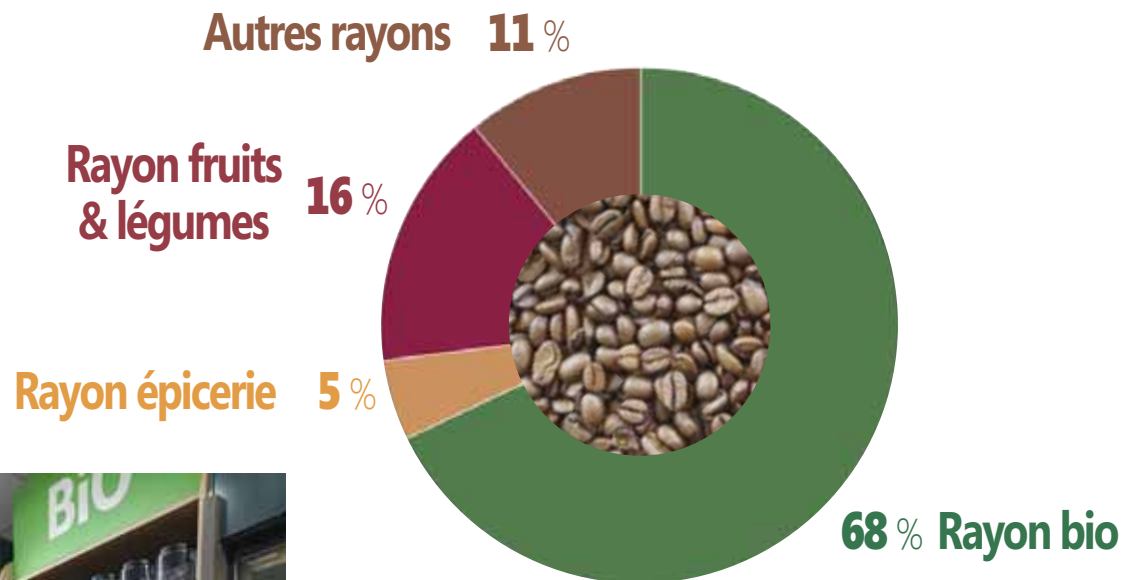
Nombre de magasins Auchan ont une double - plus rarement triple - implantation. Avec un rayon vrac 1^{er} prix (espace self discount), un autre bio et parfois un 3^{ème} (épicerie fine). D'où l'importance de la catégorie "autres".



30
magasins visités



19
équipés

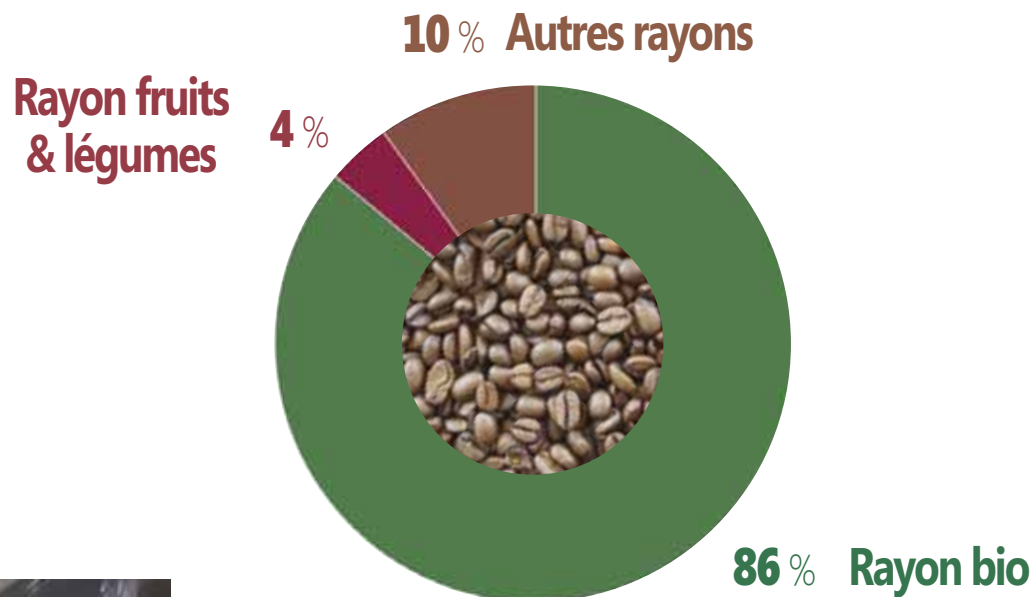




30
magasins visités



29
équipés



Carrefour fait partie des enseignes où le vrac est le plus répandu. Celui-ci est essentiellement présent au sein de l'univers bio dont il est un pilier.



30
magasins visités



14
équipés



Autres rayons 7 %



93 % Rayon bio

Une présence encore accrue en bio
chez Carrefour Market.



32
magasins visités



15
équipés



Rayon fruits
& légumes

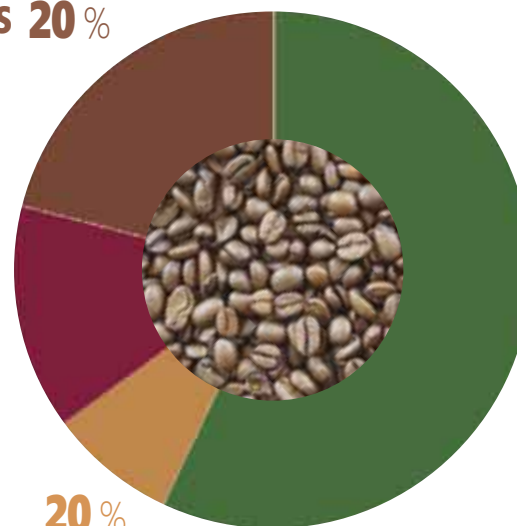
7 %

Autres rayons 20 %

Rayon épicerie

20 %

53 % Rayon bio



Géant
Casino

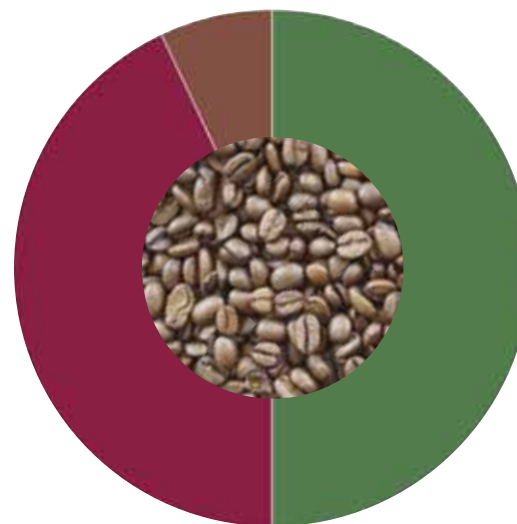
15
magasins visités



14
équipés

Rayon fruits
& légumes **43 %**

Autres rayons **7 %**



50 % Rayon bio



Géant fait partie des enseignes où la présence d'un rayon vrac est quasi systématique. Toutes les initiatives observées sont signées Juste Bio.



22
magasins visités

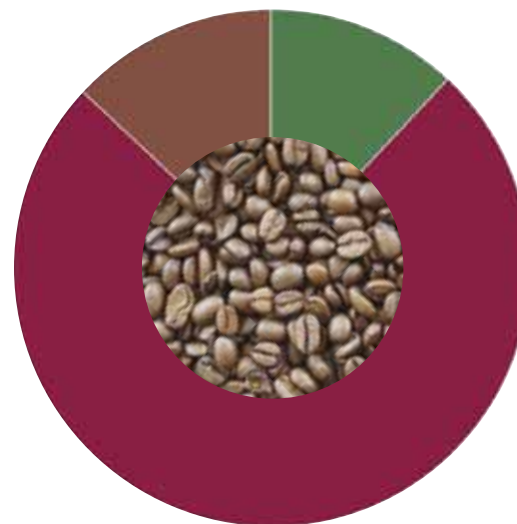


16
équipés



Autres rayons 12 %

12 % Rayon bio



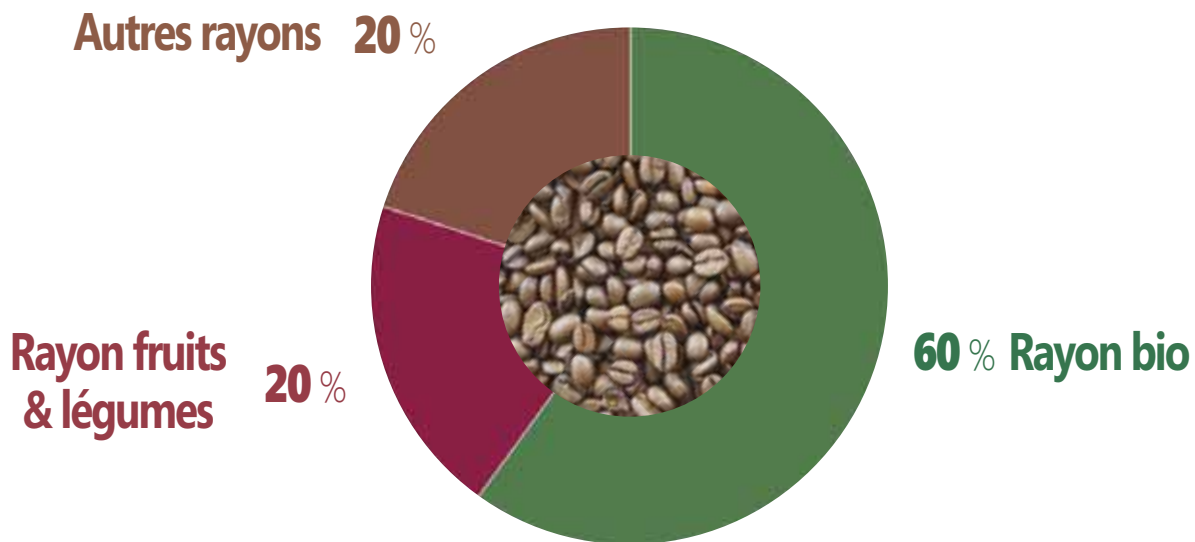
76 % Rayon fruits
& légumes

franprix 

32
magasins visités



5
équipés



Bien que précurseur avec l'expérimentation de nouveaux concepts de vrac, Franprix a assez peu développé le vrac sur l'ensemble de son parc.

MONOPRIX

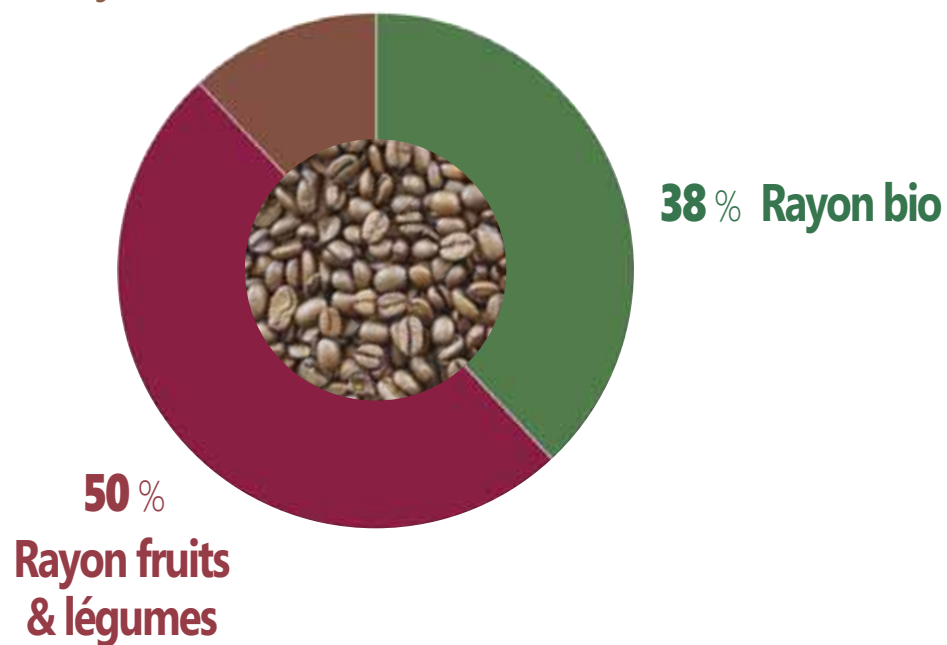
20
magasins visités



16
équipés



Autres rayons **12 %**



Aux couleurs de la marque Monoprix Bio, le **linéaire vrac** est implanté le plus souvent aux fruits et légumes.

monop'

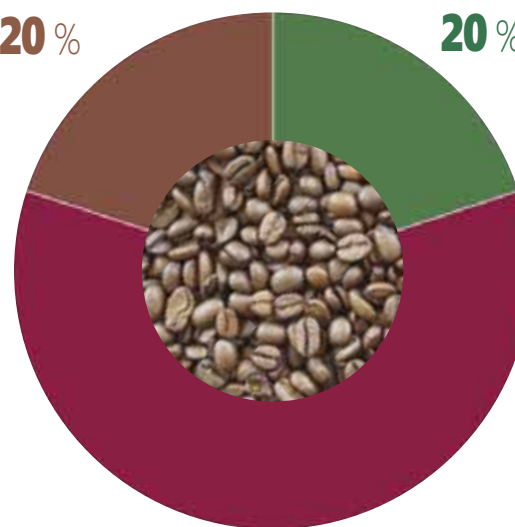
16
magasins visités



10
équipés



Autres rayons 20 %



20 % Rayon bio

60 %
Rayon fruits
& légumes



10
magasins visités



9
équipés



100 %
Rayon bio

Cora a bien rattrapé son retard avec des rayons vrac implantés systématiquement dans l'univers bio.

Intermarché
HYPER

10
magasins visités

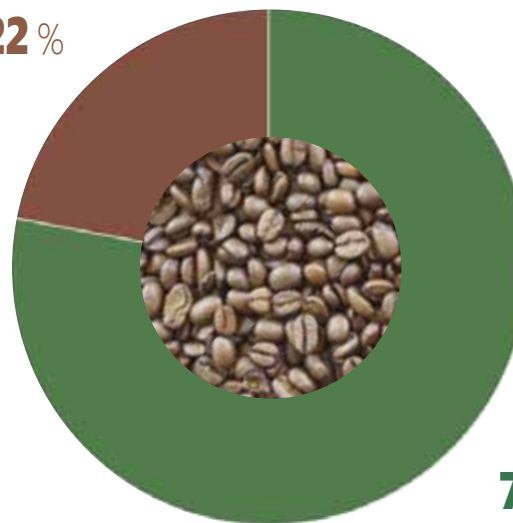


9
équipés



Autres rayons

22 %



78 %

Rayon bio

Intermarché
SUPER

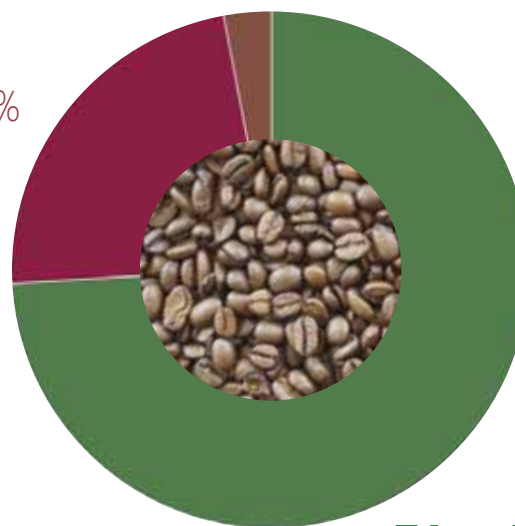
40
magasins visités



35
équipés

Rayon fruits
& légumes 23 %

Autres 3 %



74 % Rayon bio



Tant en hypers qu'en supers, **le vrac est désormais un incontournable chez Intermarché.**

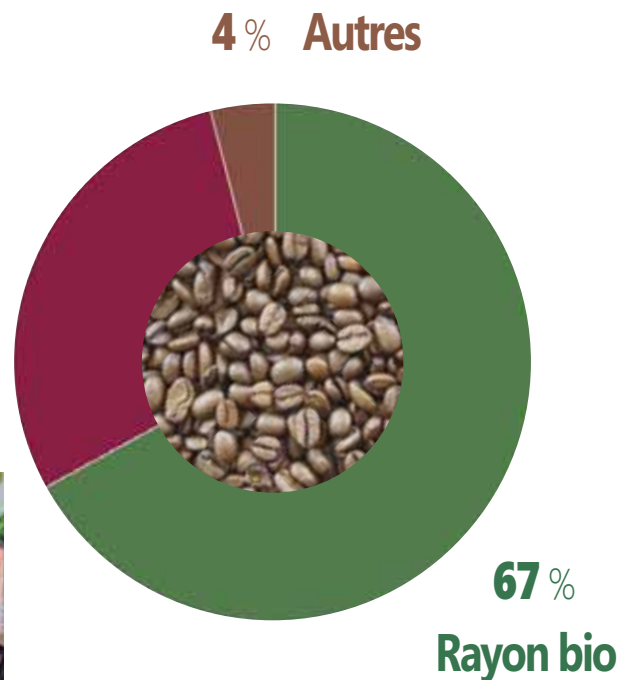


52
magasins visités



42
équipés

Rayon fruits
& légumes **29 %**

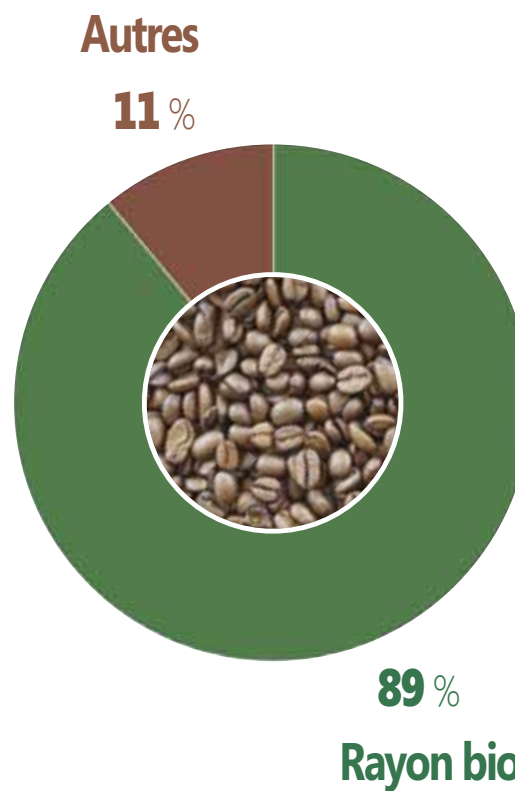




10
magasins visités



9
équipés

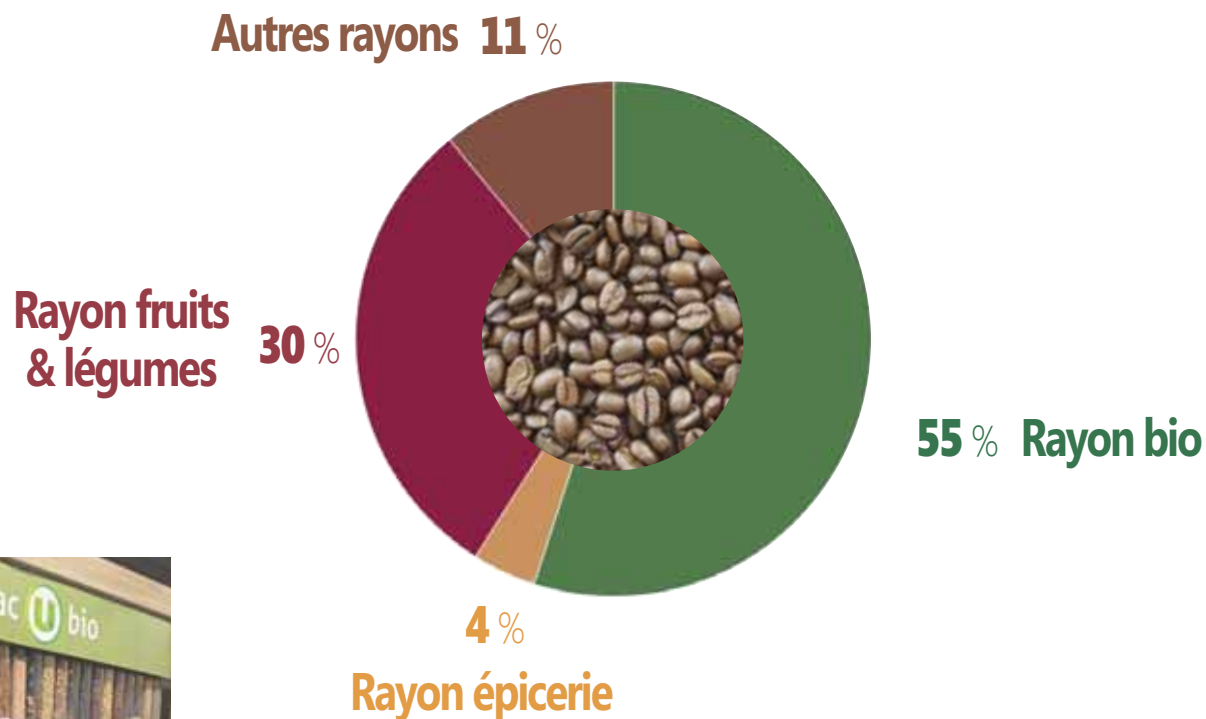




30
magasins visités



27
équipés



A l'image de Leclerc, Monoprix ou Carrefour, les magasins Super U signent de plus en plus leur offre vrac U bio.

2^{ÈME} PARTIE : L'OBSERVATOIRE

3 • L'OFFRE

■ LARGEUR DE L'OFFRE.....	55
■ RUPTURES.....	60

- ✓ **ZÉRO** GASPI
- ✓ **ZÉRO** DÉCHET
- ✓ **100%** BIO, simple, sain & bon
- ✓ **100%** ENGAGÉ filières, local & environnement



Votre partenaire **INCONTOURNABLE** du **VRAC BIO**



7

mini



Franprix
Neuilly-sur-Seine (92)

63

trémies/bacs*
en moyenne

Précédentes éditions
de l'Observatoire

2019 : 54

2020 : 56

2021 : 58



348

maxi



Auchan Toulouse (31)



LARGEUR DE L'OFFRE NOMBRE DE TRÉMIES/BACS EN HYPERMARCHÉS

	Nombre moyen de trémiés/bacs*	Offre la plus courte	Offre la plus large
 Carrefour	138	55 Château Thierry (02)	239 Ecully (69)
 Géant	100	43 Chaumont (52)	149 Angers (49)
 Auchan	97	15 Cosne Cours s/Loire (58)	348 Toulouse (31)
 cora	89	15 Lempdes (63)	170 Ste Marguerite (88)
 HYPER U	84	52 Montmorot (39)	106 Vitré (35)
 Intermarché	72	25 Varennes Vauzelles (58)	163 Dole (39)
 E.Leclerc	62	9 Langres (52)	128 Plougastel (29)

* Il peut y avoir plusieurs trémiés ou bacs pour les références les plus vendues

LARGEUR DE L'OFFRE NOMBRE DE TRÉMIES/BACS EN SUPERMARCHÉS

	Nombre moyen de trémies/bacs*	Offre la plus courte	Offre la plus large
 SUPER U	58	23 Juziers (78)	111 Guipavas (29)
 market	47	18 Laval (53)	79 Luzardes (95)
 Intermarché	44	9 Longvic (21)	91 Cholet (49)
 Casino supermarché	34	17 Clichy (92), Béziers (34)	76 La Valette du Var (83)
MONOPRIX	27	8 Rue de Reuilly, Paris 12° (75)	58 Courbevoie (92)

* Il peut y avoir plusieurs trémies ou bacs pour les références les plus vendues

	Nombre moyen de trémiés/bacs*	Offre la plus courte	Offre la plus large
	23	10 rue Vaugirard, Paris 15° (75)	88 rue H. Chevreau, Paris 20° (75)
	23	8 La Garenne Colombe (92)	47 rue St Georges, Nancy (54)
	23	7 Neuilly s/Seine (92)	38 rue Haxo, Paris 19° (75)
	21	14 rue Lafayette, Paris 9° (75)	37 rue de Marseille, Paris 10° (75)

* Il peut y avoir plusieurs trémiés ou bacs pour les références les plus vendues



Le nouveau standard du vrac en grande distribution : Le **SOLVO**

Qu'est-ce que le **SOLVO** ?

- Un silo carton à usage unique.
- Un silo rempli directement chez l'industriel et livré prêt à être mis en rayon.
- Un silo qui permet une conservation optimale des produits via un ensachage étanche.
- Une solution facilement intégrable dans votre rayon.

Vous souhaitez en savoir plus ?

bulkandco.com



bulk
&Co

Pourquoi l'avoir créé ?

Afin de rendre l'univers du vrac aussi attractif et fonctionnel que celui du pré-emballé, 3 partenaires se sont associés: **BULK & CO**, équipementier vrac, **SAICA**, cartonnier/papetier et **DACO FRANCE**, industriel agroalimentaire.

Grâce au consortium de ces 3 experts, le **solvo** a été créé pour lever tous les irritants liés aux offres de vrac actuelles et permettre aux marques d'accéder au vrac en toute confiance pour un déploiement de masse.

Les avantages clés

En magasin :

- **Simplification** des opérations via une solution clé en main.
- **Rentabilisation** du rayon.
- **Merchandising optimisé** : Maximisation du nombre de silo au m linéaire (30 silos).
- Solution **100% recyclable** dans la filière papier/carton.

Industriels et marques :

- Maîtrise de la traçabilité, de l'emballage et de la communication sur le produit et la marque.
- Sécurité alimentaire renforcée.
- Supply chain amont optimisée et industrialisée.



11%
de trémies/bacs
vides en moyenne



85%
maxi

A2 Pas
rue Francœur, Paris 18°
11 trémies vides sur 13



% de trémies/bacs vides

nombre de magasins

50 % et +	12
30 à 49 %	23
10 à 29 %	72
1 à 9 %	129
0 %	61

% moyen de
trémies/bacs vides

Record
de ruptures

HYPER U	2 %	7 %	La Roche s/Yon (85)
Intermarché	8 %	28 %	Nantes (44)
E.Leclerc	9 %	42 %	Persan (95)
Géant <i>Casino</i>	9 %	56 %	Montpellier (34)
cora	13 %	40 %	Lempdes (63)
Carrefour	15 %	36 %	St-Herblain (44)
Auchan	19 %	67 %	Metz-Woippy (57)

20 trémies/bacs vides sur 30



% moyen de
trémies/bacs vides

Record
de ruptures

		4 %		34%	Héricourt (70)
		5 %		33%	Mehun sur Yèvre (18)
		9 %		28%	La Défense/Puteau (92)
		11 %		56%	Domerat (03)
		11 %		73%	Viarnes (95)

32 trémies/bacs vides sur 44



% moyen de
trémies/bacs vides

Record
de ruptures

 	14 %	85 %	Rue Francœur - Paris 18°
	15 %	54 %	Bd Raspail - Paris 6°
	16 %	32 %	Rue Lamarck - Paris 18°
	16 %	47 %	Rue Martel - Paris 1°

9 trémies/bacs vides sur 19



2^{ÈME} PARTIE : L'OBSERVATOIRE

4 • LES PRIX

Sur la base de notre panier de 10 produits :

corn flakes, flocons d'avoine, lentilles corail, pâtes,
amandes entières, noix de cajou, raisins secs,
riz basmati, gingembre confit et quinoa.

Vente en vrac pour viser le zéro déchet

natur'inov®, spécialiste de la vente en vrac propose des solutions innovantes et des produits originaux depuis plus de 10 ans.

Interview

Dominique Demortier, manager **natur'inov**®

Quelle est la particularité du concept Econological développé par Natur'Inov?

Nous proposons un système clé en main, **économique et écologique** à travers la distribution en vrac de **produits bio innovants**. Nous répondons ainsi à la demande des Européens qui se tournent de plus en plus vers l'**alimentation bio, saine et écologique**. Suivant la même logique, nous essayons, en plus, **de tendre vers le zéro déchets** en évitant le suremballage. Nos premiers systèmes ont été mis en place en **2009. Nous avons donc été pionniers**. Nous faisons profiter nos clients de notre grande expérience dans la vente en vrac tant sur le plan du matériel et des produits que sur l'entretien des systèmes et la promotion des produits auprès des consommateurs.



Quels sont les avantages de votre système de distribution en vrac?

Nous permettons aux consommateurs qui mangent bio et sain d'aller au bout de la démarche. Pour les magasins, nous proposons une solution de A à Z. **Nous mettons d'abord à disposition le matériel, nous formons ensuite à son utilisation, nous fournissons les produits**, offrant un **choix parmi 400 références** et nous **assurons une formation continue**.

Comment est assurée la sélection des produits et le suivi?

Notre équipe achats s'occupe du sourcing en se rendant dans les coopératives et chez les agriculteurs pour sélectionner les partenaires et les produits. **Nous privilégions une relation de long terme avec des fournisseurs engagés et passionnés par la production biologique** depuis de nombreuses années. Cela **rend la démarche plus profonde**. L'achat auprès de producteurs que nous connaissons depuis des années **assure aussi une meilleure traçabilité** des produits. Nous allons, par exemple, en Espagne choisir les amandes et les pistaches ou en Bulgarie voir la production de noix et de pommes séchées. Ajoutons à cela un profond respect des normes d'hygiène, contrôlée à toutes les étapes de la production.

Notre équipe de développement, ingénieurs et nutritionnistes conçoivent et sélectionnent nos propres recettes. Cela apporte à nos clients des produits et mélanges originaux qui leur permettent de se différencier. Nous essayons toujours de surprendre avec des produits qui procurent plaisir et bien-être.

Nos nutritionnistes cherchent toujours à surprendre le consommateur avec de nouvelles saveurs pour le petit déjeuner, le dîner, le snacking ou les apéritifs entre amis.

Nous proposons un assortiment de plus de **400 références** de produits bio en vrac, dont de nombreux **produits exclusifs et très originaux**.



Étant une entreprise ne fournissant que des produits bio et spécialisée dans la distribution auprès des magasins bio, nous connaissons bien les besoins des consommateurs bio. Cela nous permet de développer des produits qui permettent aux magasins bio d'augmenter leur chiffre d'affaire et de fidéliser leur clientèle.

Notre équipe commerciale et marketing veille à sélectionner avec nos clients les produits qui correspondent à leurs **besoins spécifiques et qui leur permettront de développer leur chiffre d'affaire**.

Combien de magasins font aujourd'hui appel à vous?

Nous sommes présents dans **environ 450 enseignes**, en Belgique et en France essentiellement. Nous avons également des clients dans une dizaine de pays européens parmi lesquels les villes de Berlin, Londres, Rome, et Vienne. Récemment, nous nous sommes implantés à Dubaï.

Plus d'informations et vidéos explicatives sur www.natur-inov.com



CORN FLAKES

EFFET
INFLATION
+ 3,2 %
vs. prix 2021



PRIX MOYEN = 5,76 € / kg

PRIX MINI : 1,85 € / kg

PRIX MAXI : 8,00 € / kg

PRIX MOYEN HM = 5,70 € / kg

PRIX MOYEN SM = 5,81 €/kg

REMARQUE

Certains prix extrêmes nous ont paru - comme à vous certainement - "délirants" mais ils ne sont que le reflet de l'affichage en magasins. Les photos prises lors des enquêtes par les Winauts l'attestent.

FLOCONS D'AVOINE

EFFET
INFLATION
+ 8,7 %
vs. prix 2021

REMARQUE

Certains prix extrêmes nous ont paru - comme à vous certainement - "délirants" mais ils ne sont que le reflet de l'affichage en magasins. Les photos prises lors des enquêtes par les Winautes l'attestent.



PRIX MOYEN = 3,73 € / kg

PRIX MINI : 1,64 € / kg

PRIX MAXI : 9,90 € / kg

PRIX MOYEN HM = 3,39 € / kg

PRIX MOYEN SM = 4,76 € / kg

LENTILLES CORAIL

REMARQUE

Certains prix extrêmes nous ont paru - comme à vous certainement - "délirants" mais ils ne sont que le reflet de l'affichage en magasins. Les photos prises lors des enquêtes par les Winautes l'attestent.



EFFET
INFLATION
+ 6,8 %
vs. prix 2021

PRIX MOYEN = 4,85 € / kg

PRIX MINI : 3,10 € / kg

PRIX MAXI : 9,90 € / kg

PRIX MOYEN HM = 4,64 € / kg

PRIX MOYEN SM = 5,83 € / kg

PÂTES (LA VARIÉTÉ LA MOINS CHÈRE DU RAYON)

NON
SUIVI
EN 2021

REMARQUE

Certains prix extrêmes nous ont paru - comme à vous certainement - "délirants" mais ils ne sont que le reflet de l'affichage en magasins. Les photos prises lors des enquêtes par les Winautes l'attestent.



PRIX MOYEN = 2,67 € / kg

PRIX MINI : 1,14 € / kg

PRIX MAXI : 6,99 € / kg

PRIX MOYEN HM = 2,51 € / kg

PRIX MOYEN SM = 2,93 € / kg

AMANDES ENTIÈRES

EFFET
INFLATION
+ 2,6 %
vs. prix 2021

REMARQUE

Certains prix extrêmes nous ont paru - comme à vous certainement - "délirants" mais ils ne sont que le reflet de l'affichage en magasins. Les photos prises lors des enquêtes par les Winautes l'attestent.



PRIX MOYEN = 23,30 € / kg

PRIX MINI : 9,90 € / kg

PRIX MAXI : 39,90 € / kg

PRIX MOYEN HM = 21,82 € / kg

PRIX MOYEN SM = 24,72 € / kg

NOIX DE CAJOU

EFFET
INFLATION
- **1,1** %
vs. prix 2021



PRIX MOYEN = 24,81 € / kg

PRIX MINI : 11,99 € / kg

PRIX MAXI : 35,90 € / kg

PRIX MOYEN HM = 24,07 € / kg

PRIX MOYEN SM = 26,21 € / kg

REMARQUE

Certains prix extrêmes nous ont paru - comme à vous certainement - "délirants" mais ils ne sont que le reflet de l'affichage en magasins. Les photos prises lors des enquêtes par les Winautes l'attestent.

RAISINS SECS

EFFET
INFLATION
+ 4,9 %
vs. prix 2021



PRIX MOYEN = 7,45 € / kg

PRIX MINI : 3,50 € / kg

PRIX MAXI : 12,00 € / kg

PRIX MOYEN HM = 6,81 € / kg

PRIX MOYEN SM = 8,44 € / kg

REMARQUE

Certains prix extrêmes nous ont paru - comme à vous certainement - "délirants" mais ils ne sont que le reflet de l'affichage en magasins. Les photos prises lors des enquêtes par les Winautes l'attestent.

RIZ BASMATI

EFFET
INFLATION
+ 4,3 %
vs. prix 2021



PRIX MOYEN = 4,84 € / kg

PRIX MINI : 2,42 € / kg

PRIX MAXI : 9,90 € / kg

PRIX MOYEN HM = 4,78 € / kg

PRIX MOYEN SM = 4,93 € / kg

REMARQUE

Certains prix extrêmes nous ont paru - comme à vous certainement - "délirants" mais ils ne sont que le reflet de l'affichage en magasins. Les photos prises lors des enquêtes par les Winauts l'attestent.

GINGEMBRE CONFIT

EFFET
INFLATION
+ 0,9 %
vs. prix 2021



PRIX MOYEN = 12,62 € / kg

PRIX MINI : 5,39 € / kg

PRIX MAXI : 22,90 € / kg

PRIX MOYEN HM = 12,20 € / kg

PRIX MOYEN SM = 14,73 € / kg

REMARQUE

Certains prix extrêmes nous ont paru - comme à vous certainement - "délirants" mais ils ne sont que le reflet de l'affichage en magasins. Les photos prises lors des enquêtes par les Winautes l'attestent.

QUINOA

EFFET
INFLATION

-
vs. prix 2021

REMARQUE

Certains prix extrêmes nous ont paru - comme à vous certainement - "délirants" mais ils ne sont que le reflet de l'affichage en magasins. Les photos prises lors des enquêtes par les Winautes l'attestent.



PRIX MOYEN = 7,67 € / kg

PRIX MINI : 3,50 € / kg

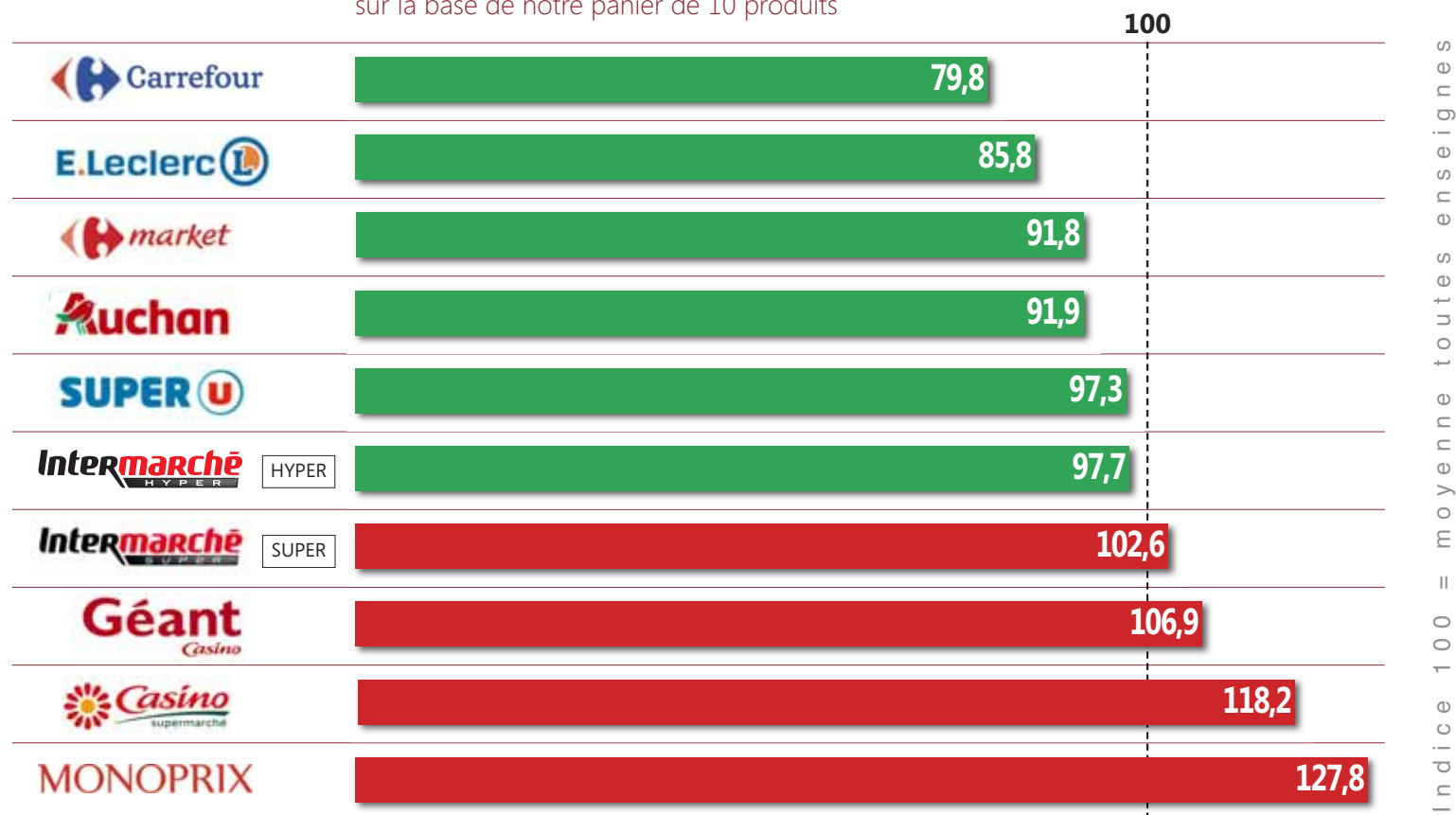
PRIX MAXI : 14,90 € / kg

PRIX MOYEN HM = 7,37 € / kg

PRIX MOYEN SM = 8,90 € / kg

INDICE PRIX PAR ENSEIGNE

sur la base de notre panier de 10 produits



Les enseignes de proximité, ainsi que Hyper U et Cora ne sont pas prises en compte en raison d'un nombre de magasins détenteurs trop peu représentatifs.

2^{ÈME} PARTIE : L'OBSERVATOIRE

5 • L'EXPÉRIENCE CLIENT

PodBin™ - élargir le vrac aux marques



Bien que des présentoirs vrac aient été installés dans un nombre croissant de magasins en Europe, **les limites imposées par la marque et la traçabilité des produits ainsi que la nécessité pour les employés des magasins de manipuler des produits non emballés** sont autant d'obstacles à l'accélération de la croissance. Les inquiétudes concernant la sécurité des produits ont été amplifiées ces derniers mois.

Nous voulons aider nos clients à bénéficier des avantages d'un merchandising sans emballage sans les inconvénients potentiels, c'est pourquoi nous avons lancé PodBin™ et PodBox™ en collaboration avec Smurfit Kappa, un nouveau distributeur à gravité qui permet d'améliorer la communication, la traçabilité et la manipulation des produits.



Les avantages clés PodBin™/ PodBox™

- Conservation des produits
- Hygiène & sécurité
- Traçabilité
- Nettoyage simplifié
- Rechargement optimisé

En plus en magasin, adoptez le contenant réutilisable et retrouvez en un clic, l'information des produits en vrac !

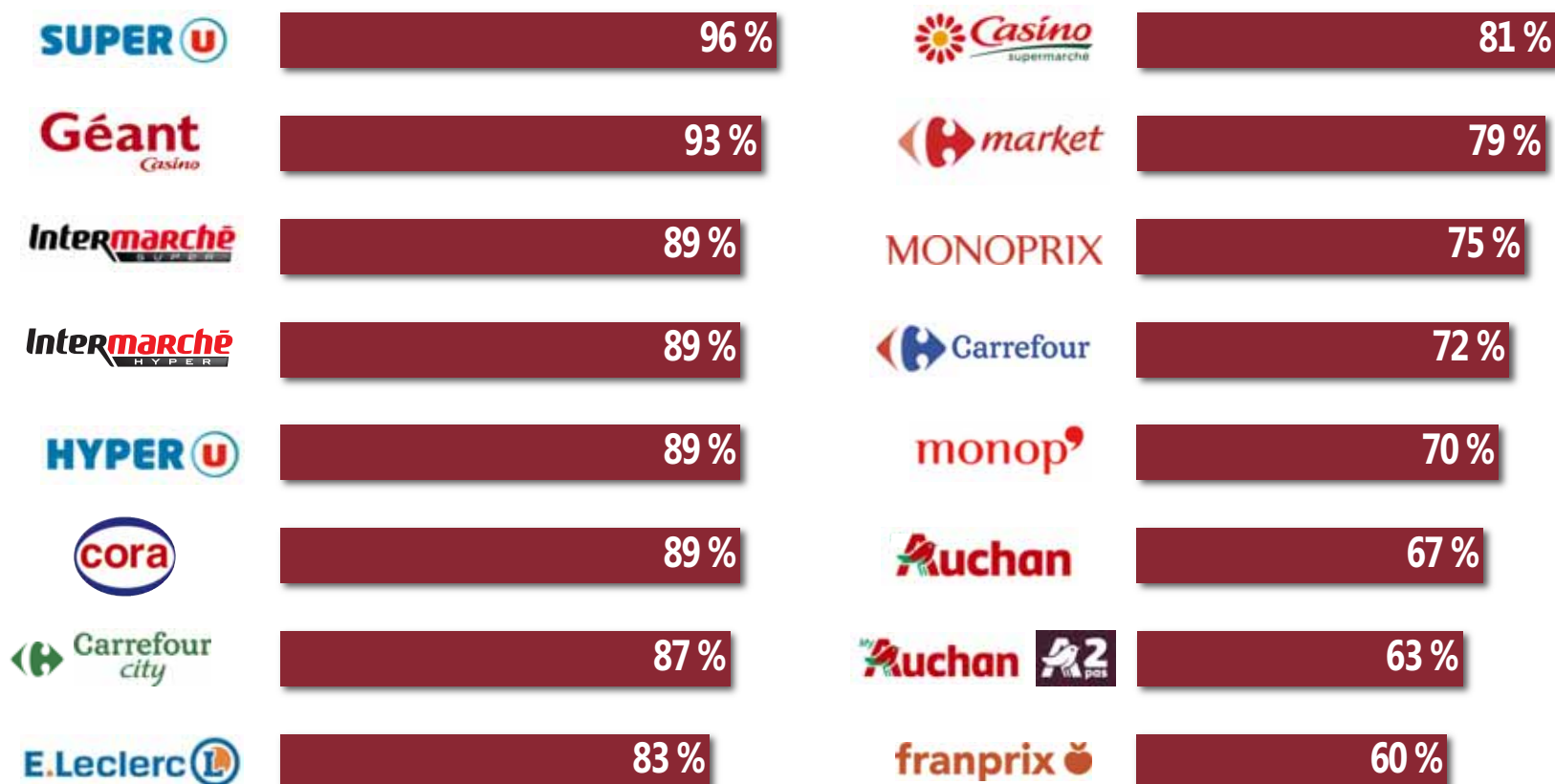


mayam
scannez ou scannez le vrac
Scannez
pour VOIR



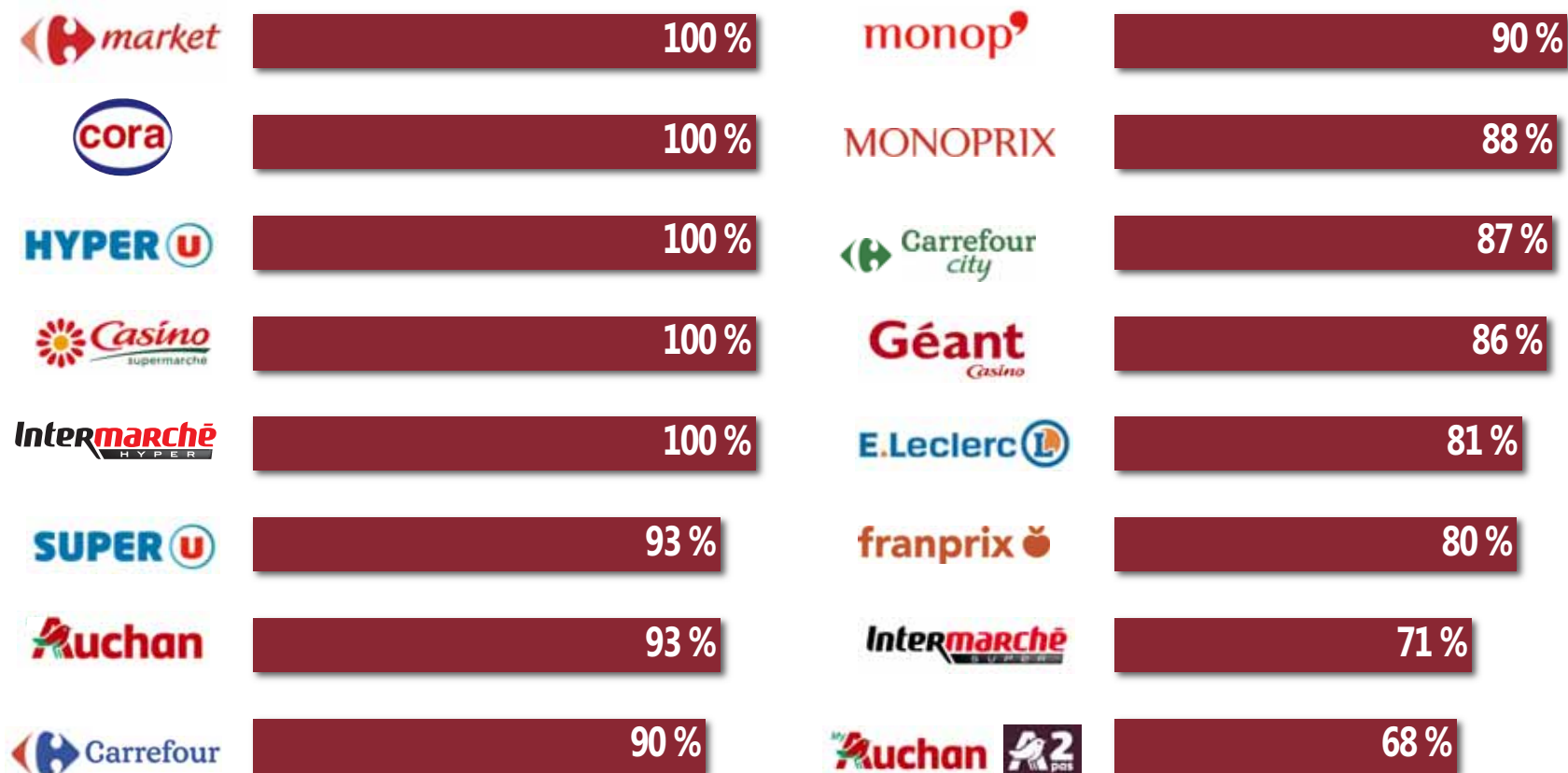
QUESTION POSÉE AUX WINAUTES : “Dans ce magasin, est-ce que le rayon vrac vous a semblé **PROPRE et **BIEN TENU** (pas de produits par terre ou sous les silos, pas de sachets remplis et abandonnés qui traînent, silos et bacs propres...) ?”**

Total des réponses “Parfaitement propre” et “Plutôt propre”



QUESTION POSÉE AUX WINAUTES : "Dans ce magasin trouvez-vous qu'il est FACILE d'acheter en vrac (mode d'emploi du rayon clair et bien affiché, facilité d'utilisation de la balance, sachets à disposition...)"

Total des réponses "Très facile" et "Plutôt facile"



2^{ÈME} PARTIE : L'OBSERVATOIRE

6 • FOCUS “QUALI”

■ PESÉE.....	84
■ BRANDING DU RAYON.....	101
■ ÉTIQUETAGE.....	105
■ INFORMATIONS SUR LE LIEU DE VENTE.....	107
■ CONTENANTS RÉUTILISABLES.....	112

**Bulk
it!**

le choix durable.

LE BAC À RÂTEAU

LES AVANTAGES
DE LA TRÉMIE
SANS LES
INCONVÉNIENTS
DU BAC À PELLE

+ HYGIÉNIQUE

+ SÉCURISÉ

100% RECYCLABLE

100%
CONÇU ET
FABRIQUÉ
EN FRANCE



INVESTISSEZ
BULK IT!
POUR UN CHOIX
DURABLE !



LE BAC À RÂTEAU,
LA 1^{ÈRE} SOLUTION
DE DISTRIBUTION
DE PRODUITS COLLANTS
ET MOELLEUX !

UNE GAMME COMPLÈTE
DE TRÉMIES, BACS À
PELLE ET À RÂTEAU,
ET ACCESSOIRES POUR
LA VENTE EN VRAC !



MODULARITÉ
& ERGONOMIE



Sitour appartient au groupe In Store Display (ISD), expert européen depuis plus de 55 ans du merchandising, de la théâtralisation et de la communication sur le lieu de vente. Nous concevons, fabriquons et assurons la distribution de solutions visant à développer l'attractivité d'une marque sur un point de vente.

PESÉE (1/14) : 4 cas de figure

54 %

des magasins ont une
balance ou plusieurs
dédiée(s) au rayon vrac



75 à 100 %
des magasins
à l'enseigne



17 %

des magasins où vrac et F&L
partagent la/les même(s)
balance(s) en libre-service



50 à 100 %
des magasins
à l'enseigne



4 %

des magasins où vrac et F&L
partagent la/les même(s)
balance(s) en "assisté"



quelques cas
dans les
enseignes



25 %

des magasins où la
pesée du vrac se fait
en caisse



50 à 100 %
des magasins
à l'enseigne



PESÉE (2/14) : **Indispensable balance**



Pour les magasins qui ont opté pour la pesée du vrac dans le rayon même, la balance est une **pièce maîtresse**. Sans elle, pas de vente. Et à la différence du rayon fruits et légumes où plusieurs balances peuvent être proposées, en vrac il n'y en a généralement qu'une... Mieux vaut qu'elle soit pleinement opérationnelle.

PESÉE (3/14) : mode d'emploi



Pour commencer, rien de tel qu'un écran allumé !



Un mode d'emploi de la pesée et du libre-service vrac en général n'est pas inutile... reste à être clair et explicite !!!

Les marques vendues en **vrac** chez Carrefour avec

Pour répondre à une demande croissante des consommateurs, le **Groupe Carrefour** a décidé de vendre en **vrac** des produits de grandes **marques nationales**.

Deux formats sont en test :

- **Hypermarché** avec **9 corners vrac** que les consommateurs vont croiser au fil de leur parcours, ainsi dans 9 rayons **les clients du magasin auront le choix** d'acheter leurs produit en **vrac** ou pré-emballé.
- **Supermarché** avec une offre regroupée **au centre du magasin**, le **vrac** n'est plus discret mais bien mis en avant pour que les client du magasin puissent profiter de cette offre.

Point commun des 2 formats de vente -> un vrac facile ! Chaque trémie dispose d'un capteur de mouvement **e.Sense** qui appelle automatiquement le produit à la balance.

Intérêts pour les consommateurs :

- Confortable : le client se sert et valide le produit automatiquement affiché sur la balance.
- Pas d'attente en pesée : pas de recherche d'article identifiée comme un irritant du vrac.

Les intérêts pour le magasin sont nombreux et importants :

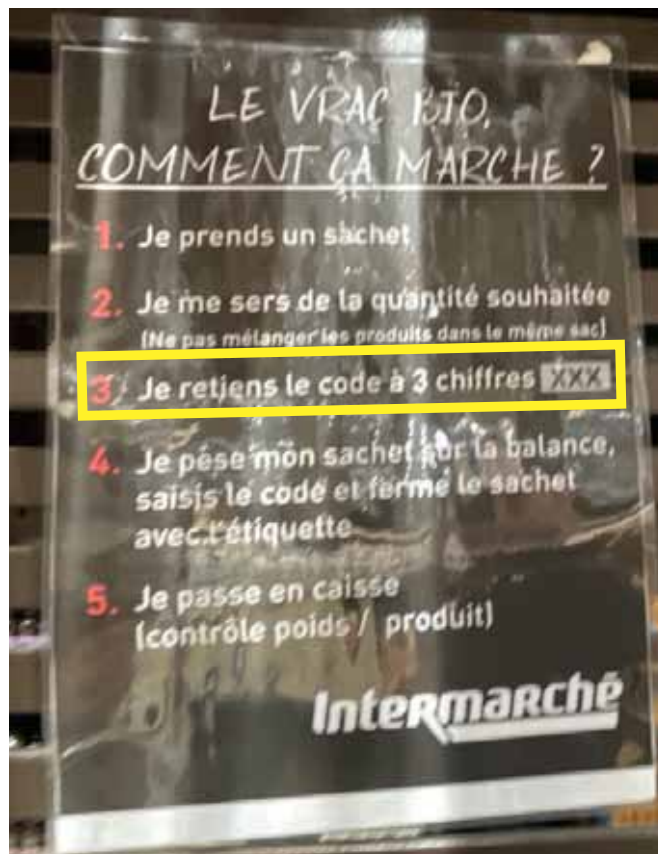
- Fiable : le bon produit au bon prix est affiché.
- Fiable : réduction considérable de la démarque.
- Fidélisant : réduction de l'abandon de l'acte d'achat.
- Economique : préserve les marges car le bon produit est proposé au bon prix avec la déduction de la bonne tare.
- Image positive et écologique donnée par le magasin.
- Facile : pas d'infrastructure spécifique à mettre en place.



En savoir plus



PESÉE (4/14) : mode d'emploi

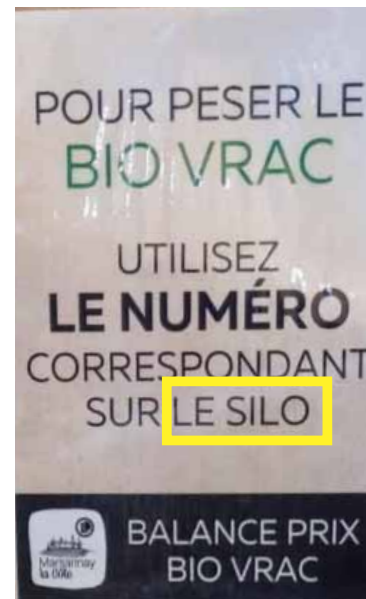
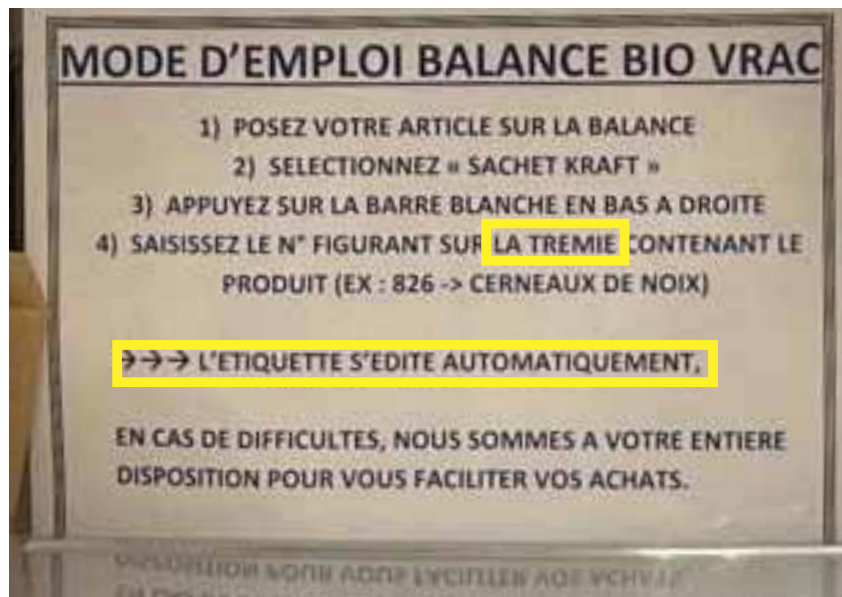


Mieux vaut avoir une bonne mémoire ...



Chez Géant, c'est au niveau de la loupe que ça se passe !

PESÉE (5/14) : **mode d'emploi**



Trémie, silo... attention aux termes "techniques" qui ne sont peut être pas compris par tous les clients. Certains magasins utilisent le terme plus générique de "distributeur"...

C'est magique, l'étiquette s'édite automatiquement ! Depuis le temps qu'ils utilisent des balances fruits et légumes, les shoppers ont quand même deux/trois notions du fonctionnement d'une balance...

PESÉE (6/14) : **mode d'emploi**



Pas bête de faire visuellement le lien entre le numéro sur l'étiquette et celui sur la balance !



PESÉE (7/14) : mode d'emploi - pour finir, fermeture du sachet

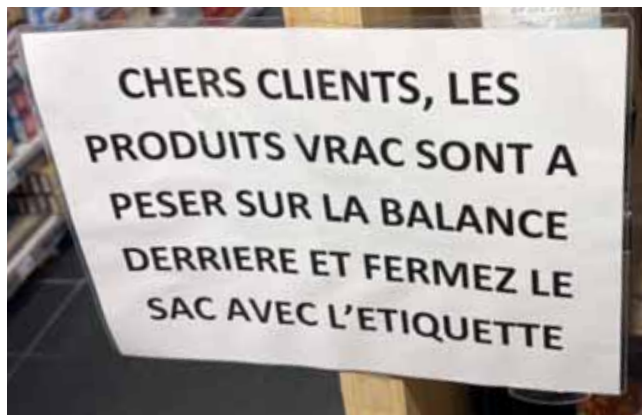


PESÉE (8/14) : mode d'emploi - Best Practice



Juste Bio, le leader, propose un mode d'emploi explicite, lisible et élégant ce qui ne gâche rien. A noter que peu de magasins en sont équipés au regard du nombre d'implantations de la marque.

PESÉE (9/14) : **mais où se trouve la balance ?**



Les balances étant parfois situées à distance du linéaire vrac, aux fruits & légumes, **leur localisation nécessite impérativement un balisage...** ce qui n'est malheureusement pas souvent le cas ! Et lorsque la pesée se fait en caisse, pourquoi ne pas l'annoncer...





UNE BALANCE ADAPTÉE AUX RAYONS LIQUIDES & SECS

*Depuis 8 ans, Jean Bouteille accompagne points de vente & marques pour permettre
d'ancrer le réemploi dans le quotidien des consommateurs.*

La vente au poids avec Jean Bouteille

- Une **intégration adaptée** à votre point de vente (du concept store aux grandes surfaces)
- Un **libre choix du plateau balance** (Mettler Toledo, Avery Berkel, Bizerba, etc.)
- **Plusieurs modes de service** : du mono-service à un multi-services sécurisés
- **S'adapte aux besoins** de vos consommateurs
- Répondre aux **lois AGEC & Climat**

Les avantages

- **Simplicité de service** : votre consommateur est guidé en 4 étapes maximum
- **Adapté à tous types** de bouteilles ou bocaux
- Une **sécurisation de la tare**
- Une **intégration d'applications tierces** (Mayam, etc.)
- Une **étiquette adaptée à la réglementation** de la vente en vrac

Zoom sur les étiquettes : Quantité d'informations sans contraintes de taille / plus de 20 logos disponibles, gestion DDM/ PAO etc.

ME FAIRE CONSEILLER



Implantations réalisées dans 30 pays et 5 continents
Certifications : UL / KC / CB / CE / WELMEC

www.jeanbouteille.fr

☎ 09 86 20 58 77

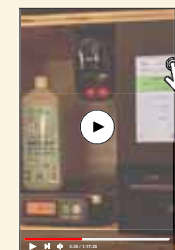


✉ contact@jeanbouteille.fr



DÉCOUVRIR LES MODES EN VIDÉOS

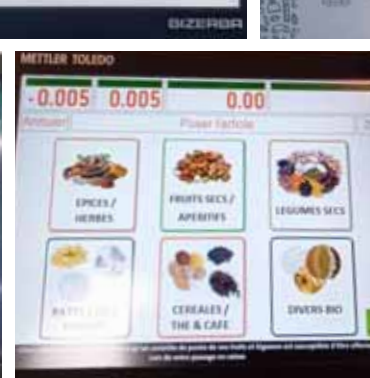
GRANDS MAGASINS
MULTI-SERVICES



PETITS MAGASINS
MONO-SERVICE



PESÉE (10/14) : à l'écran



A chacun sa "page d'accueil".

PESÉE (11/14) : à l'écran



Ensuite, il n'est pas toujours évident de s'y retrouver...

PESÉE (12/14) : le code de balance en question



Avec plusieurs sachets, mieux vaut avoir une bonne mémoire.

En circuit spécialisé, il est courant de voir un crayon suspendu en rayon afin de noter le numéro à même le sachet kraft. Pas bête...

PESÉE (13/14) : les étiquettes erronées



Même problème qu'avec la pesée des F&L : **comment éviter que les étiquettes erronées ne soient collées sur le plateau de la balance** ou n'importe où autour ? Prévoir un espace dédié, une "cible"... à "vider" régulièrement !

PESÉE (14/14) : la balance d'appoint



Pour les points de vente avec un pesage déporté, au rayon fruits et légumes ou *a fortiori* en caisses, **une balance d'appoint (plus ou moins perfectionnée) est un "plus"**.

Adoptez une solution de pesage certifiée pour votre rayon **vrac**,
en vous affranchissant de la **tare** et de la **démarque** !



Le **vrac** aussi simple qu'à
la pompe à essence.

Quantité réelle servie →
Prix au kilo →
Prix à payer →



Quelle que soit votre offre **vrac**,
Vendez sans **sacs** !



En savoir plus



Le **vrac**, c'est **DIGI** !



BRANDING (1/3)

65 %

Telle est la proportion de rayons vrac aux couleurs d'une marque spécialisée (étiquettes produits et/ou fronton). Dans les autres cas, les enseignes affichent leur propre marque (Bio Villages de Leclerc, U Bio, Monoprix Bio) ou proposent une offre "anonyme" (Carrefour par exemple). Juste Bio (Un air d'ici) domine largement travaillant avec plus de la moitié des magasins visités par les Winautes. Viennent ensuite Jardin Bio et Biothentic.



Cette année, le leader Juste Bio a entrepris un relifting de sa plateforme de marque et donc de ses supports d'ILV. La nouvelle identité visuelle n'est toutefois pas encore déployée dans tous les magasins.

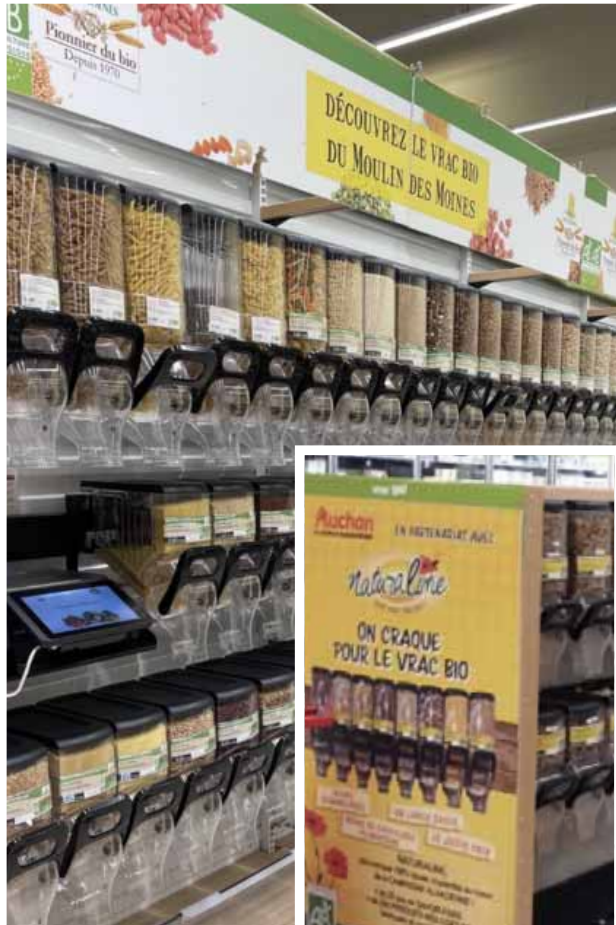
BRANDING (2/3)

D'autres opérateurs se font remarquer...



BRANDING (3/3)

D'autres opérateurs se font remarquer...

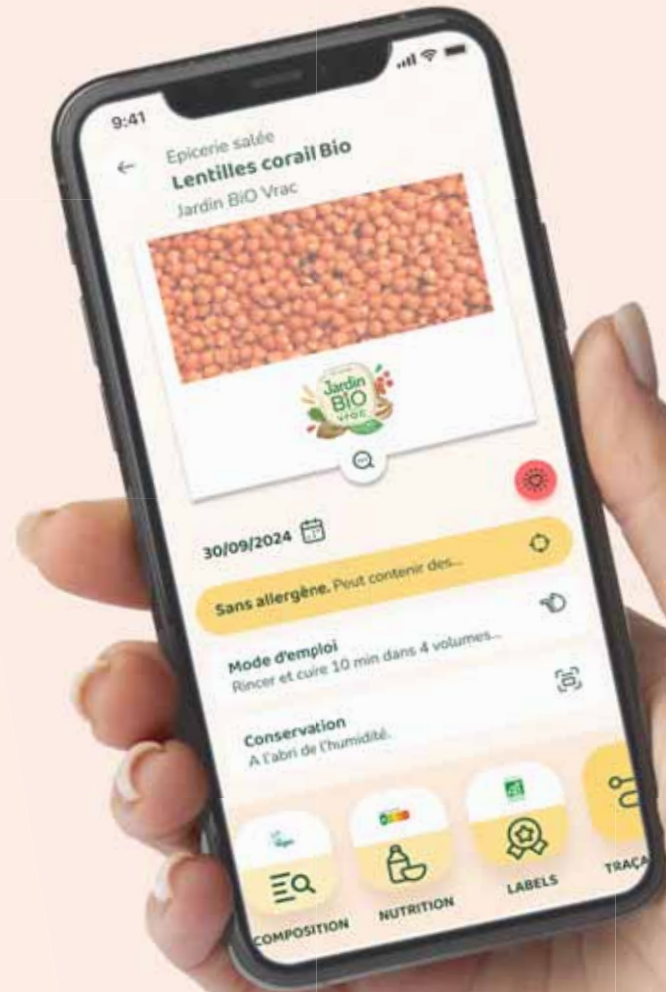


Le packaging digital pour améliorer votre visibilité et image de marque

- ✓ Diffusion facile et fiable de l'information
- ✓ Visibilité jusque chez le consommateur
- ✓ Mise à jour instantanée
- ✓ Accès aux statistiques

Développons ensemble
les bonnes pratiques !

Programmer une démo



Solution éditée par

Packtïc

LE PACKAGING DIGITAL DU VRAC

bonjour@packtic.fr - 04.58.00.81.55

Financé par



bpi**france**

FRENCH TECH
IN THE ALPS

Perifem



MOONSHOT LABS
COMPANY BUILDERS

Réseau Vrac



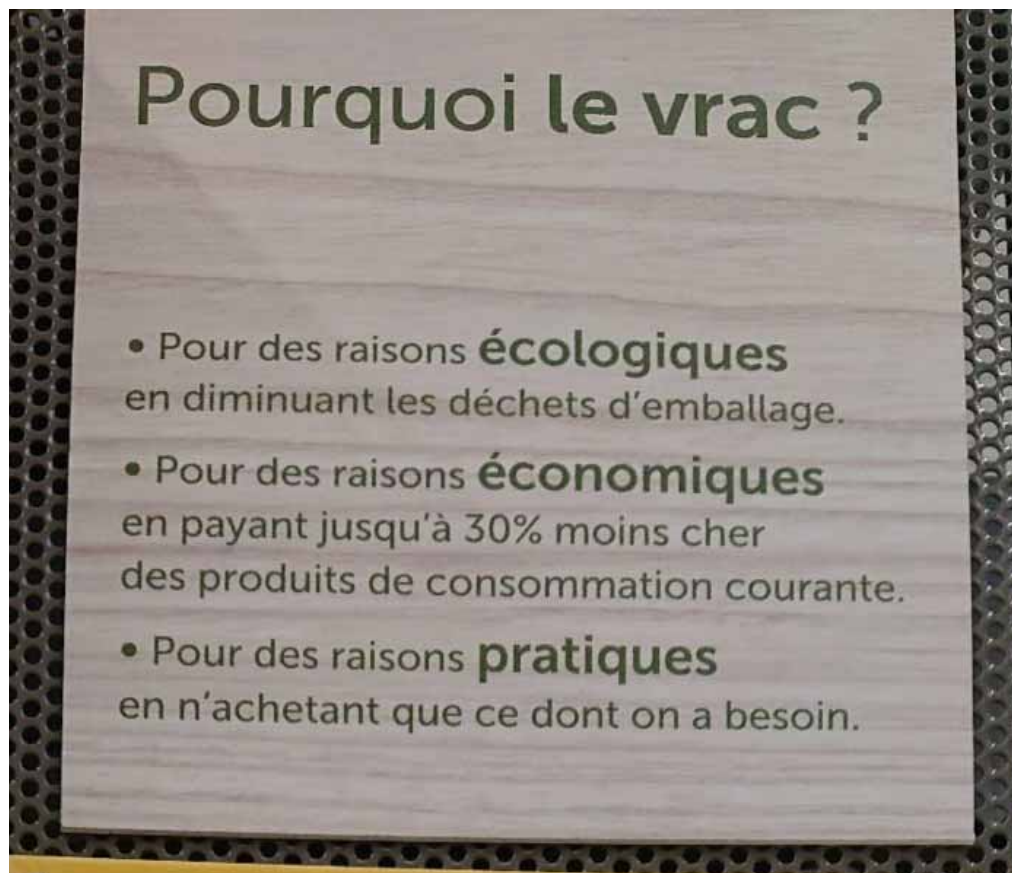
ÉTIQUETAGE (1/2) : TOUS AZIMUTS...



ÉTIQUETAGE (2/2) : TOUS AZIMUTS...

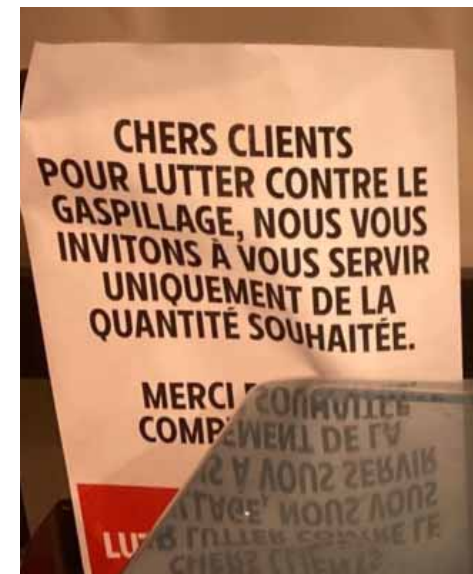
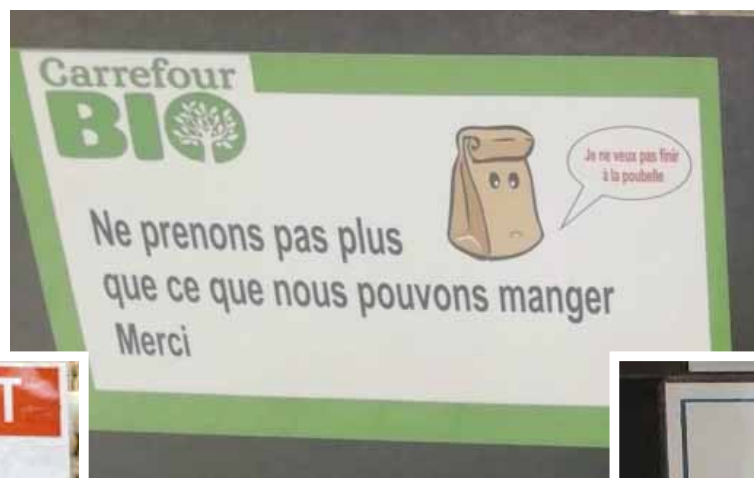


ILV (1/4) : **POURQUOI LE VRAC ?**

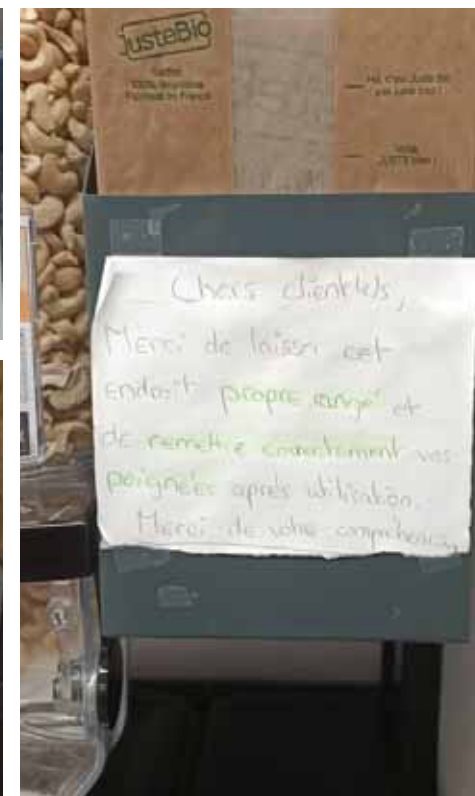
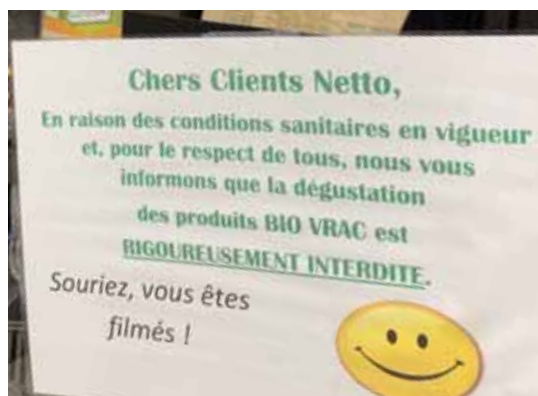


Une question de fond chez Carrefour...

ILV (2/4) : **ANTI-GASPI**



ILV (3/4) : TOUS AZIMUTS



ILV (4/4) : À PART ÇA, TOUT EST PERMIS...





Notre **ambition** :

**LEADER DU VRAC
ENTRETIEN
EN FRANCE**



www.ekovrak.com

Contactez nous !

contact@ekovrak.fr

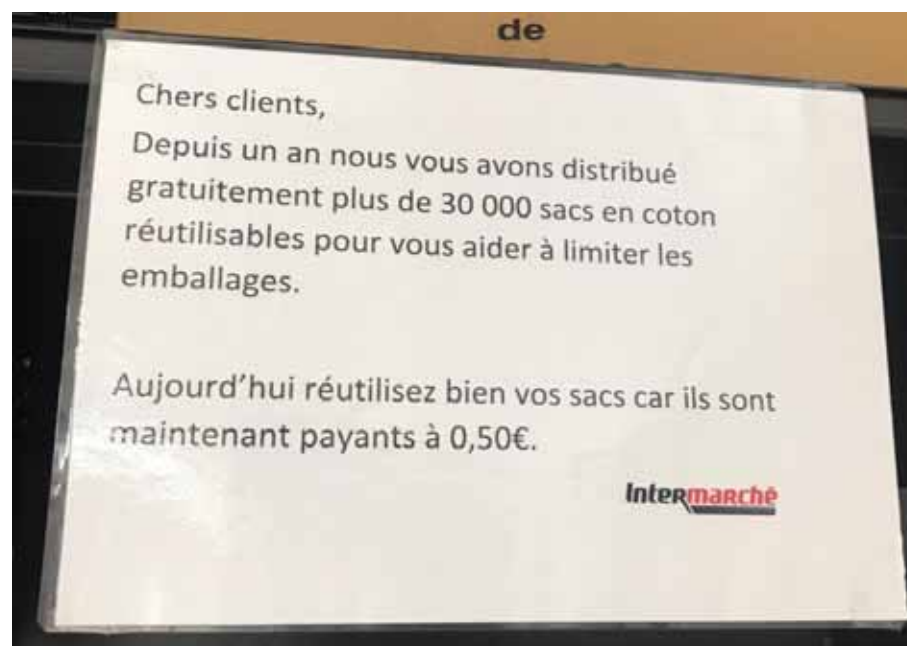
CONTENANTS RÉUTILISABLES (1/5)



LA PESEE DANS LE CONTENANT CLIENT N'EST PAS
ENCORE ACTIVE DANS VOTRE MAGASIN

Il y a la réglementation qui impose aux magasins d'autoriser leurs clients à apporter leurs contenants... et puis il y a la réalité ! Nombre de magasins n'ont pas de balance configurée pour tarer les emballages. Certains se cachent derrière le Covid... Cependant, de plus en plus sont proactifs, incitant les consommateurs à utiliser leurs contenants.

CONTENANTS RÉUTILISABLES (2/5)



Certains poussent l'incitation en offrant des sacs en coton réutilisables... mais ça ne dure qu'un temps.

Une argumentation étayée de statistiques.

CONTENANTS RÉUTILISABLES (3/5)



CONTENANTS RÉUTILISABLES (4/5)



VOTRE MAGASIN TOUJOURS ENGAGÉ
POUR L'ENVIRONNEMENT

VRAC

Sac réutilisable et recyclable.

Ensemble favorisons l'économie
circulaire: vous pouvez les ramener,
votre magasin les réintègrera dans
ses filières de recyclage !

**Un bon moyen de promouvoir la pratique : la vente
de contenants au rayon vrac.** Une première étape
consiste à commercialiser des sacs ou filets en coton
réutilisables. Souvent aux couleurs de l'enseigne.



CONTENANTS RÉUTILISABLES (5/5)



2^{ÈME} PARTIE : L'OBSERVATOIRE

7 • VU EN MAGASINS

TRANCHES DE VIE COMMERCIALE OBSERVÉES PAR LES WINAUTES

Naturaline
C'est mon côté BIO !

ON CRAQUE POUR LE VRAC BIO



**MOINS
D'EMBALLAGES**

LE JUSTE PRIX

UN LARGE CHOIX

**MOINS DE GASPILLAGE
ALIMENTAIRE**

Proposer et concevoir des produits sans artifices pour être au coeur de la BIO. Utiliser autant que possible des ingrédients d'origine **locale, régionale ou nationale.**

Pensé pour une gestion sereine du VRAC, le dispositif en silo Naturaline est conçu pour une rotation intelligente et optimale des produits. Certaines options permettront d'apporter un confort d'utilisation supplémentaire à vos clients. Sollicitez notre force de vente pour une **solution personnalisée et efficace.**

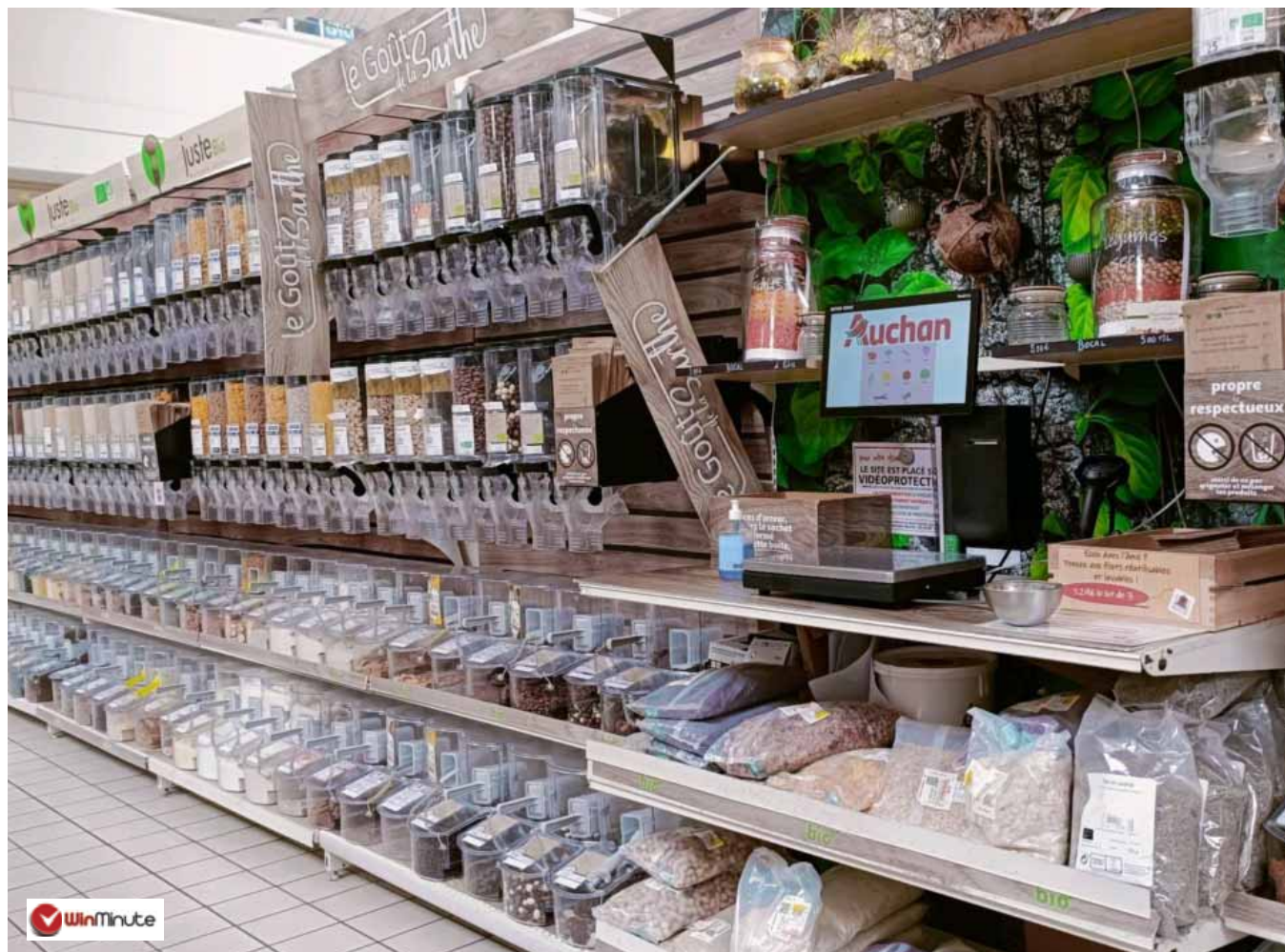
**Au coeur de la
CAMPAGNE ALSACIENNE !**

**+ de 25 ans de SAVOIR-FAIRE
+ de 250 PRODUITS BIOLOGIQUES
fabriqués et conditionnés
sur site**



101 ROUTE DE WINGERSHEIM _ 67170 KRAUTWILLER
CONTACT : CHRISTOPHE DE SAINT PIERRE 06 80 17 06 55

**SIMPLEMENT
BIO**



Auchan

Le Mans (72)

L'hyper Auchan du Mans consacre une part de son offre vrac à des produits locaux. Une offre dûment signalée "Le Goût de la Sarthe" composée notamment d'une gamme de pâtes "La Pâte Sarthoise", de café et de chocolats.



Rezé (44)

Offre régionale également dans ce Leclerc de l'Ouest proposant toute une gamme de chocolats signés "Le Chocolatier Sablais".



L'OBSERVATOIRE 2022 DU RAYON VRAC

VU EN MAGASINS

éditions
DAUVERS

WinMinute



Géant
Casino

Clermond-Ferrand (63)



Auchan

Villars Porte du Forez (42)

Ces deux magasins proposent à leurs clients le vrac... à quatre pattes ! En effet, pas facile de se servir aux trémies du bas...



E.Leclerc 

Rezé (44)

Leclerc Rezé encore, cette fois-ci pour une tranche de vie quotidienne. Une pratique qui certes n'est pas à la hauteur de tout un chacun... mais qui devrait être rendu impossible par le verrouillage des trémies, non ?



La Chapelle Saint-Luc (10)

Un rayon vrac en plein devenir ! L'occasion de découvrir le nouvel habillage de l'offre vrac chez Carrefour. Exit la signalétique Bio jusqu'ici omniprésente (pour préparer l'arrivée de produits conventionnels de grandes marques ?) et place à la triple promesse de l'enseigne : "moins cher, moins de plastique, moins de gaspillage".





Dans de nombreux Market, l'ardoise est de rigueur au rayon vrac. L'occasion de diffuser des messages plus ou moins poétiques...



E.Leclerc 

Château Gontier (53)

Pas de demi-mesure dans ce magasin Leclerc ! La bière y est aussi proposée en vrac.

Intermarché

Dole (39)

En bout de gondole vrac, le bien nommé **"Bar à Vinaigrettes"**. Huiles et vinaigres d'un côté, épices de l'autre.





Intermarché

Itxassou (64)

Parcours du combattant. Ne peuvent se servir en vrac
que ceux qui ont la patate... et les bras longs !

3^{ÈME} PARTIE

LA PAROLE AUX EXPERTS

- LES "VRAI/FAUX" DE LA VENTE VRAC par  130
- LES "5 RÈGLES D'OR" DU VRAC par Didier Onraïta..... 133

FlowBin™ – le **vrac** **liquide** en toute sécurité et pour tous



* Source : Nielsen Panel Views, Décembre 2020.

Aujourd'hui **la demande de produits liquides en vrac est forte, avec 58% des français qui souhaitent acheter leur produit d'entretien sous forme de vrac liquide***. Pourtant ce marché représente seulement 1% du marché total du vrac. En cause, des solutions de distribution en magasin qui ne répondent pas à la demande, soit trop rudimentaires, pas assez sécuritaires, ou alors trop compliquées à mettre en place en rayon ou encore trop intimidantes d'utilisation pour les consommateurs.

FlowBin™ est une solution de distribution gravitaire de produits liquides en vrac développée en collaboration avec 3JD accessible à tous en toute sécurité, qui fonctionne sans électricité.

Les avantages clés FlowBin™

- **Un confort d'utilisation pour le consommateur**

La juste quantité délivrée, en abaissant simplement la poignée.



- **La sécurité du bon contenant pour le bon produit**

Pas de risque d'erreur, ni de microprojections.



- **Installation modulaire facile et rapide**

Compatible avec les installations vrac existantes.



LES "VRAI OU FAUX" DU VRAC PAR Réseau Vrac

- Les produits vendus en vrac perdent leurs qualités organoleptiques ou microbiologiques

X FAUX

Fabricants ou fournisseurs de produits destinés à être vendus en vrac adaptent leurs process afin de ne proposer aux consommateurs que des produits qui, d'un point de vue microbiologique et organoleptique, sont adaptés à ce mode de distribution. Ainsi, ils testent les recettes, ils calculent la durée de vie secondaire de leurs produits en tenant compte de toutes les étapes de la vente en vrac, conformément aux bonnes pratiques : ouverture de l'emballage amont, transvasement et stockage du produit dans un silo ou dans un bac à pelle, conservation du produit dans un contenant chez le consommateur, entretien (lavage/désinfection) des équipements de vente. De leur côté, les distributeurs vrac doivent respecter scrupuleusement les bonnes pratiques de la vente en vrac, notamment en matière d'hygiène et de rotation des stocks, afin de garantir une conservation optimale et les qualités organoleptiques du produit.

- Le vrac permet aux metteurs en marché de respecter leurs obligations en termes de réemploi

✓ VRAI

La loi AGEC et la loi Climat et Résilience fixent des objectifs pour favoriser le développement du réemploi des emballages, et pour augmenter la part des emballages réemployés mis en marché par rapport aux emballages à usage unique, de manière à atteindre une proportion de 5 % en 2023 et de 10 % en 2027. Les obligations qui s'imposent en termes de réemploi sur les fournisseurs ou distributeurs sont de deux ordres :

- > Le réemploi par le professionnel : les emballages sont réemployés sous la responsabilité du professionnel qui prend notamment en charge le lavage/désinfection des emballages, en mettant en place ou non un dispositif de consigne.
- > Le réemploi par le consommateur : les emballages sont réemployés sous la responsabilité du consommateur qui prend notamment en charge le lavage des contenants. La vente en vrac est une pratique de réemploi par le consommateur.

Le fait de fournir des produits en vrac constitue donc une pratique de réemploi par le consommateur, qui permet aux metteurs en marché (fournisseurs ou distributeurs) d'atteindre leurs obligations en termes de réemploi.

LES "VRAI OU FAUX" DU VRAC PAR Réseau Vrac

- Les distributeurs vrac doivent accepter les contenants des consommateurs



L'article L.120-2 du code de la consommation consacre le droit du consommateur d'utiliser un contenant réemployable apporté par ses soins. La loi prévoit que, lorsque le consommateur fait le choix d'acheter en vrac, il accepte de prendre la responsabilité de l'hygiène et de l'aptitude du contenant, à condition, qu'en magasin, le consommateur soit expressément informé sur les règles d'aptitude et d'entretien (lavage/désinfection) des contenants. Parallèlement, les distributeurs vrac doivent mettre à la disposition des consommateurs des contenants réemployables, à titre gratuit ou non, et accepter les contenants réemployables apportés : des sacs en tissu, des bocaux, des bouteilles, des boîtes en verre ou en plastique, des flacons et des bidons... Attention, les sachets kraft ne sont pas considérés comme réemployables.

- Le vrac ce n'est pas un mode de distribution suffisamment hygiénique



L'hygiène des denrées alimentaire et la sécurité des produits sont des obligations de résultat qui s'imposent à tous les produits qu'ils soient vendus préemballés ou non, et donc à tous les exploitants de la chaîne alimentaire. Dans le cadre de la vente en vrac, les distributeurs doivent appliquer des bonnes pratiques d'hygiène et des process spécifiques à ce mode de distribution. S'ils ne sont pas en capacité de respecter ces pratiques, ils doivent sous-traiter les prestations de transvasement, d'entretien des équipements (lavage, désinfection, etc.). Réseau Vrac et la FCD (Fédération du Commerce et de la Distribution) travaillent sur la rédaction d'un Guide des Bonnes Pratique d'Hygiène (GBPH) officiel de la vente en vrac.

LE VRAC A SON ÉCOLE

Réseau Vrac dispense des formations à la réglementation et aux bonnes pratiques d'hygiène de la vente en vrac à destination des magasins. Depuis 2016, ce sont plus de 1 419 personnes et plus de 900 magasins qui ont ainsi été formés. Les formations Réseau Vrac sont certifiées Qualiopi par Bureau Veritas dans la catégorie actions de formation L6313-1.

Pour en savoir plus : <https://reseauvrac.org/formations/>



Le Salon du Vrac et du Réemploi

Toutes les tendances et innovations d'un secteur d'avenir

5^e
ÉDITION

14 et 15 mai 2023 • Parc Floral de Paris

+ de 200 exposants • 6 univers d'exposition

Accessoires • Alimentation • Cosmétiques • Détergents • Equipements • Services

Conférences thématiques

Pitchs Fournisseurs

Concours des Trophées du Vrac

+ de 2000 visiteurs attendus

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.salonduvrac.com

Un événement organisé par



Soutenu par nos partenaires médias



L'info durable.

#TousActeurs



Parc Floral de Paris
26 Route du Champ de
Manoeuvre 75012 Paris

LES "5 RÈGLES D'OR" DU VRAC PAR **DIDIER ONRAÏTA**

1 Informer pour rassurer

Outre ses fonctions mécaniques, le packaging apporte un ensemble d'informations rationnelles mais aussi émotionnelles.

Le vrac doit permettre aux clients d'accéder à un niveau d'information au moins équivalent à celui des packagings, donc :

- Les origines, composition, valeurs nutritionnelles, producteur/marque,
- Des conseils d'usage élémentaires,
- L'essentiel du story-telling.

2 Clarifier l'offre

Comme pour tout achat, les clients du vrac viennent remplir une ou plusieurs missions.

Une segmentation lisible de l'offre vrac :

- **Accélère** la compréhension de l'offre,
- **Renforce** la perception du choix,
- **Démontre** la couverture des besoins proposée.



Didier Onraïta, co-fondateur de la chaîne de magasins day by day.

3 Démontrer la compétitivité

Un changement d'habitude de consommation ne se fait qu'au prix d'un bénéfice individuel ressenti par les consommateurs.

Pour le vrac, le premier bénéfice individuel attendu est la baisse des dépenses par la réduction du gaspillage, un prix inférieur à l'équivalent préemballé et parfois les deux.

L'indice prix moyen du vrac doit au maximum être équivalent à celui de son concurrent naturel : le pré-emballé ; et prioritairement dans le même point de vente.

LES "5 RÈGLES D'OR" DU VRAC PAR **DIDIER ONRAÏTA**

4 Assurer la qualité

La montée du bio et du local au cours des années 2010 tient d'abord aux scandales alimentaires successifs des années 90 et 2000. L'hygiène et la sécurité, notamment alimentaire, sont des incontournables de la confiance des consommateurs.

La gestion d'un rayon vrac doit donc permettre de remplacer les fonctions du packaging, principalement :

- **La garantie de salubrité** : le rayon doit toujours être propre, les trémies et outils assainis avec régularité, les nuisibles écartés,
- **La traçabilité** : les lots sont identifiés, toujours séparés, rapidement écoulés,
- **La transportabilité** : les contenants à disposition des consommateurs sont adaptés, en nombre suffisant et sécurisés.



Didier Onraïta, co-fondateur de la chaîne de magasins day by day.

5 Accompagner les consommateurs

Qualité des produits, quantités utiles, durée de conservation... autant de questions que se posent les consommateurs face à une offre vrac souvent peu ou pas fournie en marques connues.

Recruter pour le vrac suppose de lever ces freins.
Pour ce faire :

- **Organiser des dégustations régulières** de produits sans cuisson (biscuits, apéritifs salés, céréales du petit-déjeuner, ...),
- **Matérialiser le rapport poids/prix** par des exemples illustrés,
- **Informersur les conditions de conservation optimales** pour assurer une très longue durée de vie aux produits.

4^{ÈME} PARTIE

EN IMAGES :

LE VRAC ICI ET AILLEURS

AU GRÉ DES REPORTAGES DE LA TEAM DAUVERS

MAUNIER
— AUTOMATION —

TRAÇABILITÉ - SÉCURITÉ - FIABILITÉ - SIMPLICITÉ
L'AVENIR DU VRAC EST LÀ !

SPÉCIALISTE DU **VRAC SEC ET LIQUIDE**

Une solution unique
pour gérer et piloter
l'ensemble de vos
rayons vrac



**Aliments secs,
Produits DPH secs,
Liquides alimentaires,
effervescents, réfrigérés,
Vins, Alcools, Produits
pâteux, Cosmétiques, DPH
liquide...**

*Découvrez l'étendue de nos
solutions personnalisables, en
parfaite adéquation avec les
obligations liées à la loi européenne
sur l'économie circulaire.*

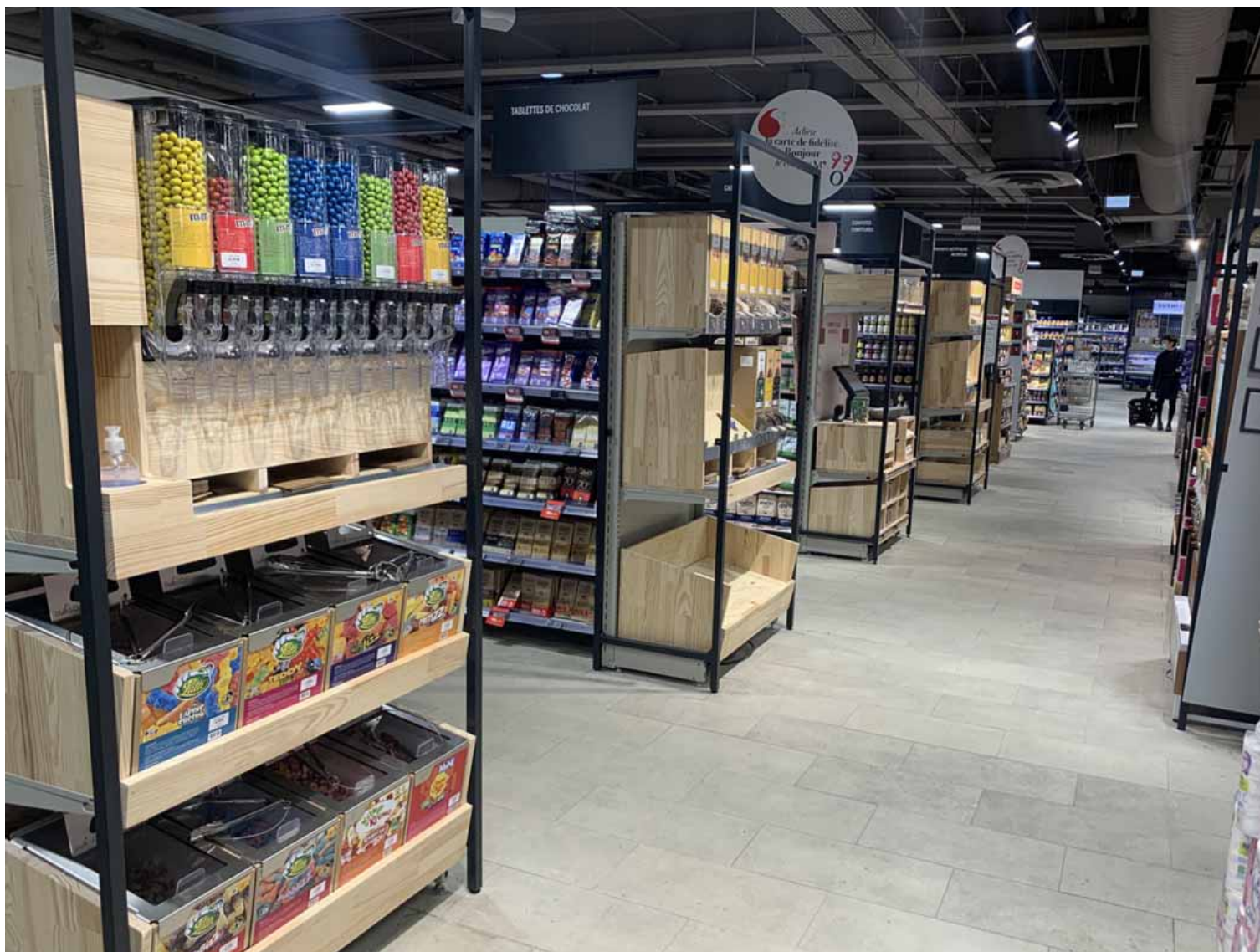


**Découvrez nos solutions
de gestion et de pilotage Vrac**

Contact Commercial
06 17 33 20 19
266 rue Lavoisier - 83210 La Farlède

maunierautomation.fr

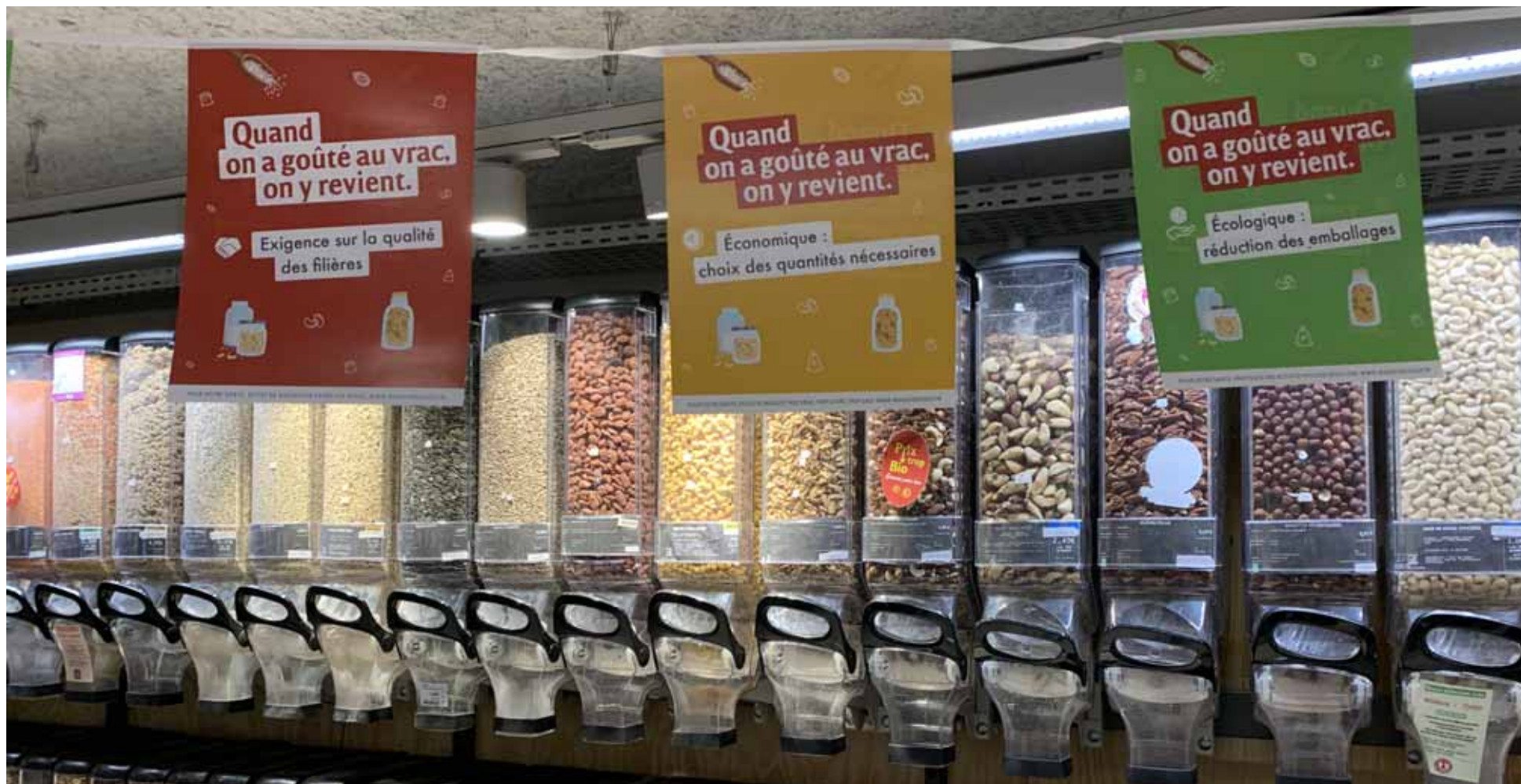

**CRÉÉ ET FABRIQUÉ
EN FRANCE**



Inauguré en décembre dernier, le Monoprix “remodelé” de Marcq-en-Barœul (59) se distingue notamment par sa “vrac allée”. En l’occurrence, l’allée centrale du PGC dont les TG sont consacrées au vrac de marques (le vrac “classique”, non marketé, est toujours avec les fruits et légumes). Parmi les marques présentes : M&M’s, Lutti, Vahiné, Benenuts, Crema, Chupa Chups, Michel et Augustin, Aoste et évidemment Monoprix, notamment pour du riz.







Quand **Naturalia** fait la promo du vrac.



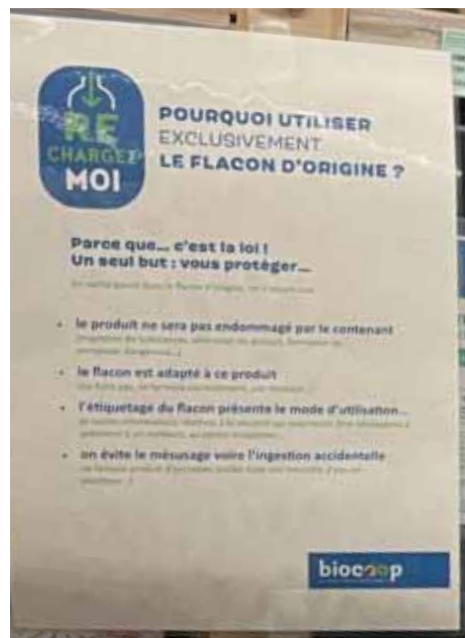
Suite à un déménagement au sein de la même zone, **le magasin Biocoop d'Embrun/Baratier (05) est apparu début juin sous un nouveau jour.** L'occasion de faire le tour de son offre vrac.













DISTRIBUTEURS DE VRAC LIQUIDE PERFORMANTS & SÉCURISÉS

Depuis 8 ans, Jean Bouteille accompagne points de vente & marques pour permettre d'ancrer le réemploi dans le quotidien des consommateurs.

Notre service Bulk For Brands

- Conception, prototypage, recherche & développement pour votre solution de distribution vrac
- Maîtrise de la mécanique des fluides : **étude de la rhéologie, densité, viscosité**
- **Sécurité, hygiène et traçabilité** intégrées au projet
- Développement et analyse des différents **parcours** clients pour le vrac
- Aide à la prise en main de la **réglementation vrac**
- **Merchandising et discours** vrac

ME FAIRE CONSEILLER



Implantations réalisées dans 30 pays et 5 continents
Certifications : UL / KC / CB / CE / WELMEC

www.jeanbouteille.fr

☎ 09 86 20 58 77



✉ contact@jeanbouteille.fr

ILS NOUS FONT CONFIANCE :



L'OCCITANE
EN PROVENCE

Mustela®

LÉA
NATURE

SO
BIO
ETIC

ekibio
ACQUILAS DOPPEL LES CROQUIS DE LA BIO

Natessance

ecodoo

Pierre Fabre

KLORANE

A-DERMA

LE PETIT
MARSEILLAIS

ECO
VER

Kronenbourg



A deux pas du Biocoop précité, **le rayon vrac du Super U d'Embrun-Baratier (05) est signé Jardin Bio.** Sa propreté et ses trémies bien remplies lui donnent un indéniable côté marchand.



Dans le prolongement de la gamme épicerie bio en vrac Jardin Bio, **“l’eco corner by Léa Nature”** rassemble les **offres DPH vertueuses** : en vrac, solides ou sous forme de recharges. Les produits vrac sont aux couleurs des marques So-Bio (hygiène et beauté) et BioVie (entretien).





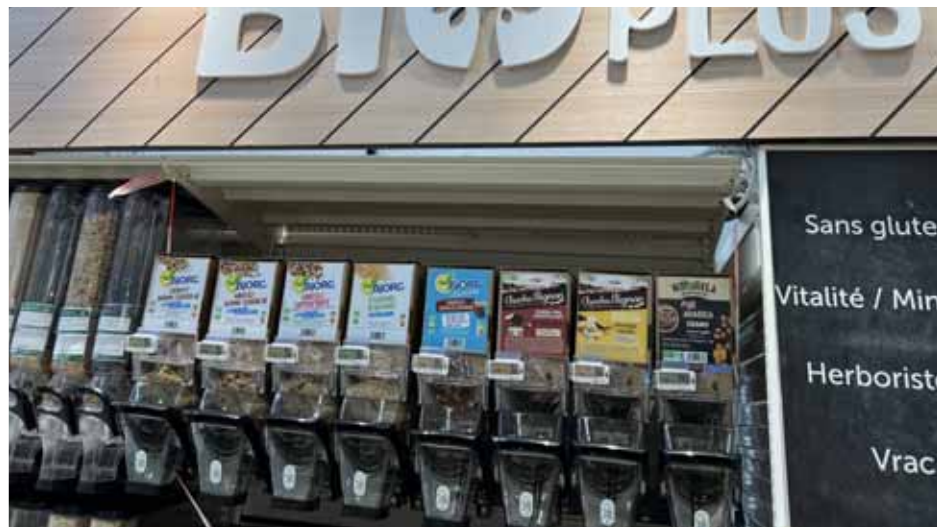
Importateur et distributeur de spiritueux pour les cavistes et établissements CHR, **L'Explorateur du Goût** est à l'origine d'un concept de spiritueux en vrac (whiskies, gins et rums) baptisé la **Spirithèque**. Trois formats de flacons sont proposés. Présent notamment à la Cave du Parc (Neuilly s/Seine).



Au cœur de son rayon jouets, **cet hypermarché Conad** dispose d'un **Candy Bar** proposant des confiseries en vrac.

Carrefour ne prend pas le vrac à la légère et fonde beaucoup d'espoir dans l'implication des marques, seul levier pour espérer un développement massif du marché. À condition que le prix des marques soit plus attractif en vrac qu'en versions préemballées. C'est avec ce postulat que Carrefour a débuté un test à Montesson (78) en mai dernier. Pour ce premier pilote, l'enseigne a choisi d'éclater le vrac dans chacun des rayons. Concrètement, les entrées de rayon du café, des aides pour la pâtisserie, des pâtes, du bio, des produits apéritifs, etc., sont dédiées à un élément vrac qui rassemble une ou plusieurs marques. Une vingtaine en tout.









La start-up Totem propose aux entreprises des micro-magasins modulaires, connectés proposant toute une gamme de produits de snacking et de boissons pour combler les petites faims des salariés. Ils se servent et règlent via l'application dédiée. Dans les locaux de la société Ayden à Paris, **un mobilier Totem dispose de 4 trémies pour des fruits secs (noix de cajou, amandes et deux mélanges).**





Présent occasionnellement en grandes surfaces via des grossistes, **l'offre vrac d'Haribo est pour l'heure "officiellement" réservée à d'autres circuits, notamment les cinémas.** Illustration ici au Pathé Avignon (84) avec une gamme de 35 références au prix unique de 3,70 € les 100 g.





Loin des préoccupations alimentaires, **le cas du vrac chez Légo est cependant une bonne source d'inspiration** tant le concept est abouti, dans sa présentation et son expérience client.



Originalité : l'emballage "pré-dimensionné" et gencodé.
Ne reste plus qu'à le remplir.



Concept original mêlant pet food et surgelés (pour l'alimentation humaine !), Nutri Croquettes & Surgelés vient tout juste d'installer sur son parking un distributeur automatique de croquettes chiens/chats et d'aliment pour poules pondeuses en vrac. **Un concept déjà adopté par des grandes surfaces comme l'Intermarché de Pontivy et le Leclerc de Lamballe.**

Surtout répandu en Espagne et au Portugal, le vrac surgelé gagnerait-il l'Hexagone ?

Cet hypermarché Cora propose une petite offre de 10 références au sein de son rayon marée avec service assisté.





Après différents tests, Lidl France a arrêté son choix en matière de vrac. 4 trémies au sein de l'espace bio proposant 4 références : noix de cajou, amandes, mélange tonus et mélange apéritif. A noter, sous les trémies la grille et le bac récupérateur permettant de garder le linéaire propre. Judicieux !





Petit coup d'œil dans une épicerie alsacienne 100 % vrac à l'équipement, trémies et bacs, tout en transparence.



Spécialisée dans les litières en pellets à base de fibre de bois - totalement biodégradables - la marque allemande Cat's Best propose des "big box" carton sur palette pour la vente en vrac. Une démarche très écolo, même la pelle à main pour remplir les seaux est en carton !

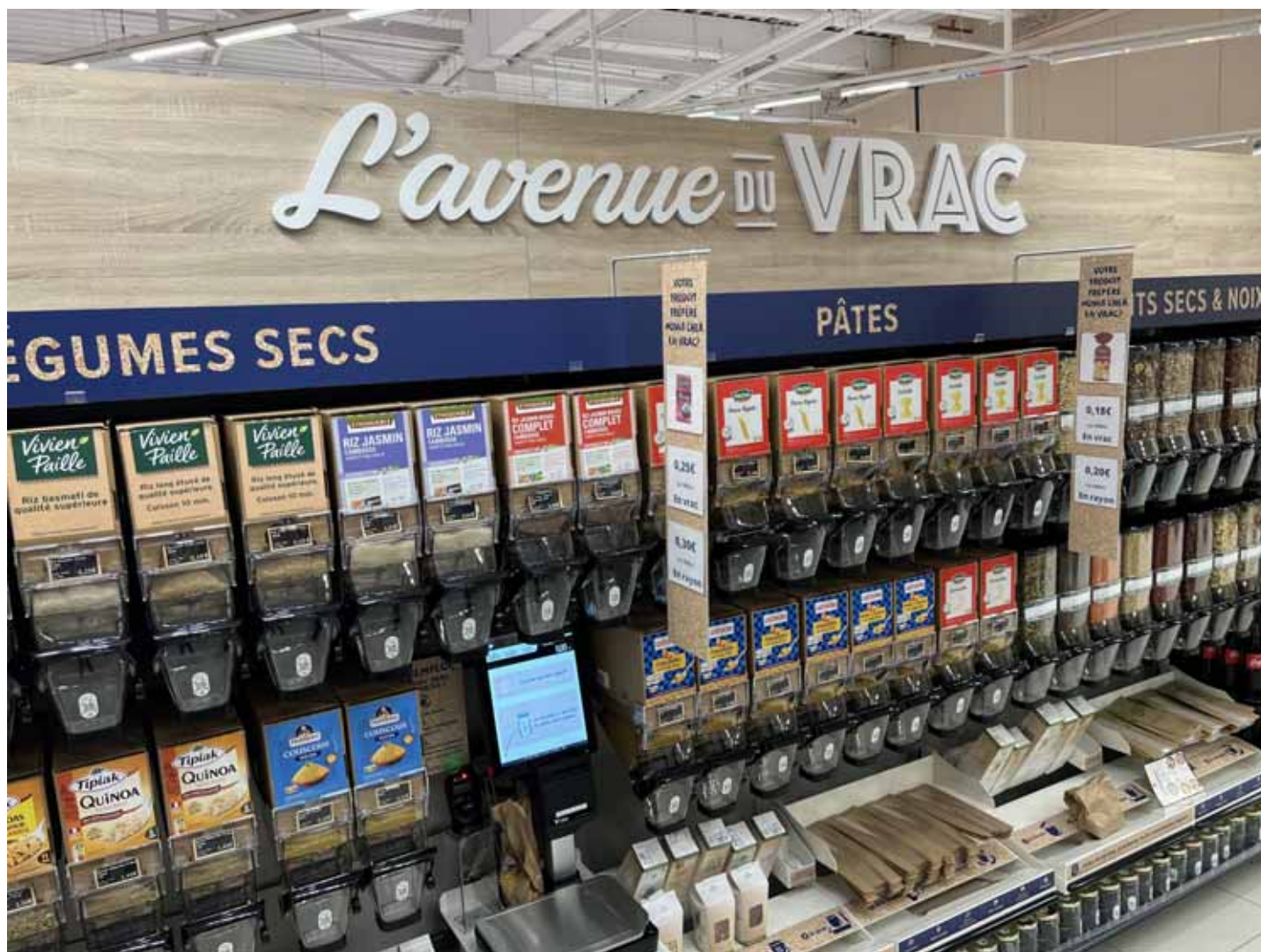


Cet été, Kronenbourg a mené un test de bière en vrac à ses couleurs, en collaboration avec Jean Bouteille, dans 2 magasins alsaciens : Cora Houssen et Intermarché Sélestat. La station d'embouteillage était directement reliée à un tank de 250 L, les consommateurs pouvaient ainsi acheter une bière Kronenbourg "Brute" fraîche dans une bouteille réutilisable.

Enseignement majeur de cette expérimentation : la nécessité d'accompagner le consommateur, surtout lors du premier achat afin de maximiser les chances de réachat.

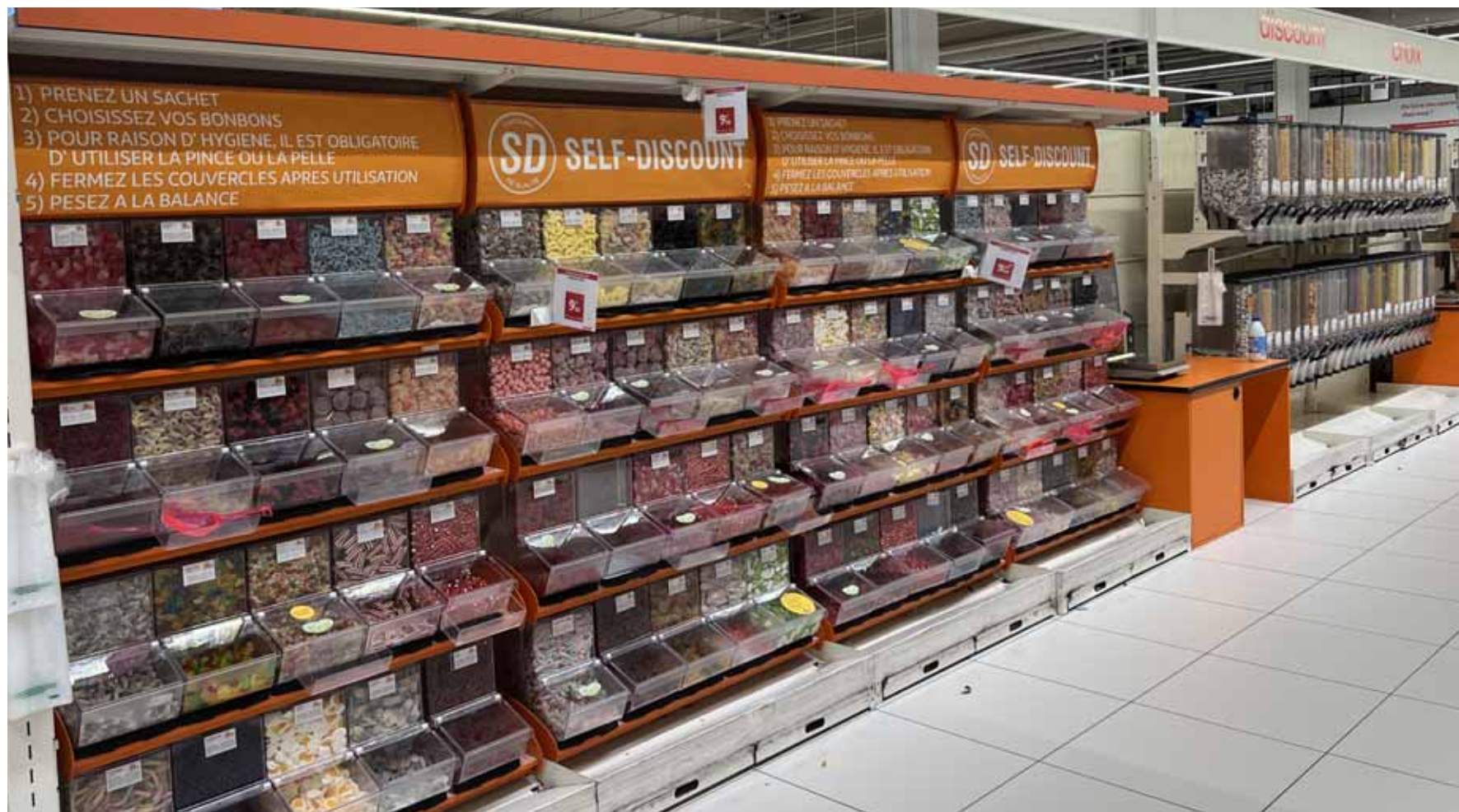


Un mois après le test initié dans l'hyper de Montesson, Carrefour s'est lancé début juin dans une nouvelle expérimentation sur les marques nationales déclinées en version vrac au Market de Voisins-le-Bretonneux. À la différence de Montesson où le vrac est éclaté dans chaque rayon, ici Carrefour teste l'effet de masse via un projet baptisé "L'Avenue du Vrac". Ce nouvel espace occupe la face "chaude" d'une allée complète, soit 8 éléments (et 128 trémies). 25 marques sont représentées parmi lesquelles des stars de la grande conso. Côté prix, Carrefour ne déroge pas à son postulat : les produits doivent être moins chers en vrac qu'en pré-emballé.









Dans les hypers Auchan, les espaces vrac des allées Self-Discout laissent souvent à désirer, ce que nous épinglons parfois dans cet Observatoire. Quand les choses vont bien, il faut le dire aussi... comme ici à Noyelles-Godault. Tenue et propreté du rayon, signalétique... RAS !



Un des avantages du vrac, rarement mis en œuvre, est la possibilité de mixer les références. Ce qui implique nécessairement un prix unique. Haribo le fait (cf page 156), mais aussi la marque de pet food Saint Bernard comme ici à Noyelle Godault avec son bien nommé "Snack Bar".

Sur le marché du vrac, Les Vergers d'Escoute se distinguent.

Cette entreprise familiale est productrice de fruits secs (pruneaux, amandes...), depuis 5 générations. Venus au vrac d'abord dans les magasins à l'enseigne Day by Day, Les Vergers d'Escoute sont de plus en plus présents en GMS dans le grand Sud-Ouest. Ses installations se remarquent avec des distributeurs tubulaires en verre équipés d'une molette pour le service.

Autre particularité, depuis le Covid, l'opérateur a pris l'habitude de pré-conditionner certaines références en barquettes... une habitude qui dure.



ékovrak



Spécialiste des produits d'entretien en vrac



Carrefour Market
Langeais (37)



Super U
Olonne-sur-mer (85)



Intermarché
Coullons (45)



Super U
Dol-de-Bretagne (35)



Leclerc
Briançon (05)

FABRIQUÉ
en FRANCE

www.ekovrak.com



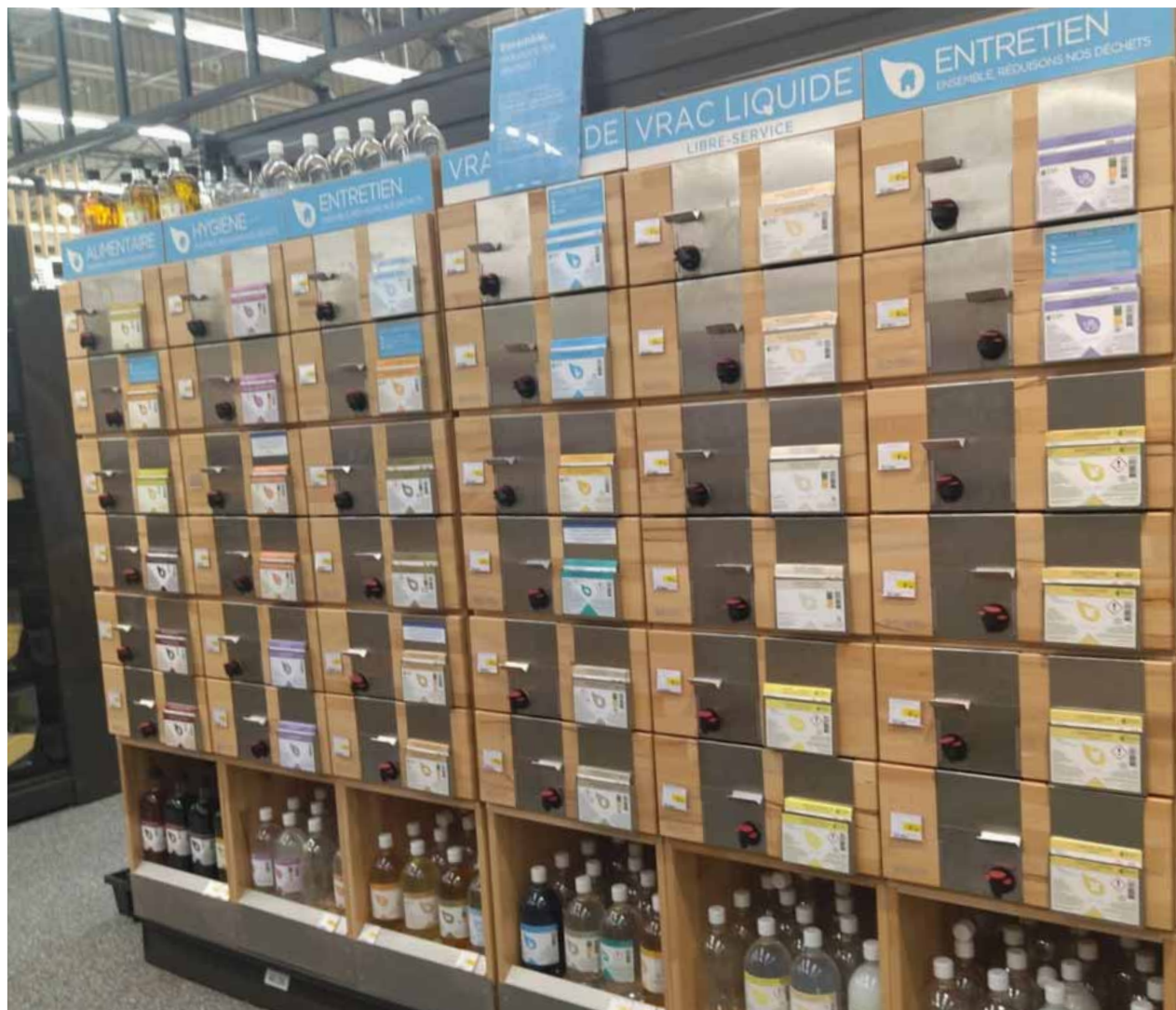
Contactez nous !

contact@ekovrak.fr





Auchan, Villars (42)



Intermarché, Niort (79)



Intermarché, Nevers (58)



Intermarché, Champniers (16)



Super U, Montpellier (34)



Leclerc est en train de déployer progressivement son nouveau concept vrac. Parallèlement à sa gamme vrac bio, l'enseigne propose une offre "conventionnelle" de plus de 65 références aux couleurs de la Marque Repère et de ses différentes signatures catégorielles (Grainéa, Tiséa, Tablier Blanc, Copains Copines...).





À noter le travail de Leclerc au niveau des étiquettes.

La lisibilité des différentes mentions utiles aux clients a été facilitée. De même un picto "sachet" plus ou moins rempli permet de se repérer au moment du service.



Un QR code renvoie vers la fiche produit de la référence sur le site de l'enseigne. **Bonne idée... à condition toutefois que le magasin ne soit pas pris en défaut avec des prix différents de ceux en ligne...**



Spécialiste des boucles de réemploi, Pétrel a imaginé le projet "Le Vrac en Boucle". Celui-ci repose sur le réemploi des équipements standardisés incluant le ramassage des trémies vides en magasin, leur lavage, leur remplissage et leur retour en rayon. Pour l'occasion un chariot a spécialement été développé avec les équipementiers Wanzl et Sitour.

Parallèlement, **un tel chariot permettrait de mettre en avant des références en vrac en dehors de leur rayon dédié** L'occasion de promouvoir la consommation en vrac lors d'événements promotionnels ou en implantations croisées (biscuits/fruits secs et bières par exemple).



Le distributeur automatique de produits en vrac

Vraco propose aux
**professionnels de la
grande distribution** de
nouveaux formats pour
stocker et **commercialiser
des produits en vrac.**



Fabrication Locale

Nos distributeurs sont imaginés,
développés et fabriqués à Lamballe
(Côtes d'Armor)



zéro Déchet

Avec Vraco-Distribution vous entrez dans
une démarche zéro déchet.
Sans emballage du fabricant au client.



Simplicité Vraco

Finis les sacs qui prennent de la place dans
les caddies. Vraco c'est la distribution
automatique au pied de la voiture.



7 rue des Gastadours
22400 Maroué
Lamballe - Armor



02 96 31 29 15
06 88 93 25 61



www.asserva.com
vraco-distribution.com



Mr Bricolage, L'Isle-sur-la Sorgue (84)



Auchan, St-Etienne (42)



Carrefour, St-André les Vergers (10)



Super U, Luçon (85)



Cora, Saint Dié (88)



Leclerc, Plougastel Daoulas (29)



Leclerc,
Atout Sud (44)

Mise en avant de
litière en vrac en
allée centrale !

L'OBSERVATOIRE 2022
DU **RAYON VRAC**

5^{ÈME} PARTIE

ZOOM
MADE IN ENGLAND





A VOS AGENDAS !

LINEAIRES
Le spécialiste de la distribution alimentaire

Rayon Boissons
LE MAGASIN DES BOISSONS LE CRAN DE L'ÉDITION

CIRCUITS BIO
LE SPÉCIALISTE DES MAGASINS BIO

**éditions
DAUVERS**

vous donnent d'ores et déjà rendez-vous pour :



3^{ème} édition / 8 juin 2023

Hôtel Mercure Paris Porte de Versailles Expo



La démarche d'Asda en matière de vrac pourrait se résumer à 4 points : "l'éclatement" du vrac dans le magasin ; l'importance de la place accordée aux marques nationales ; la présence simultanée des marques de distributeurs ; le positionnement prix du vrac.







Chez Asda, le vrac
est vraiment moins
cher que l'emballé...
et pas de manière
ridicule !



Lancé en avril 2021, le test de vente de pâtes et riz en vrac dans un seul magasin Aldi à Ulverston (Cumbria) a été stoppé au mois d'août 2022.

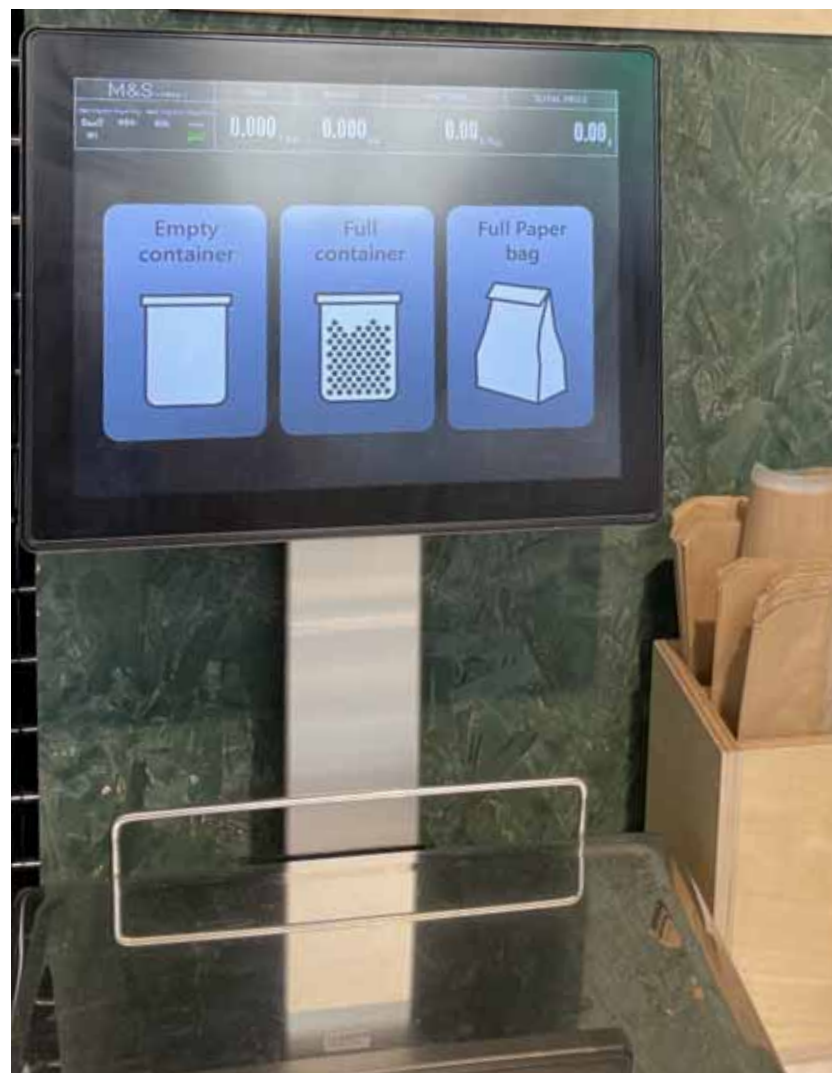
L'enseigne se laisse le temps d'analyser les résultats avant de décider de poursuivre dans cette voie ou non. Au départ, la pesée se faisait en caisse, puis ensuite en self-service au niveau du rayon, autorisant ainsi les clients à apporter leur propre contenant.





Le nouveau concept généraliste de Marks & Spencer a été dévoilé en avril dernier au Nord de Londres, à Stevenage, dans un magasin de 7500 m² sur deux niveaux. Au rez-de-chaussée, consacré à l'alimentaire, **M&S met l'accent sur le vrac et le réemploi. Et, ce, avec pédagogie.**









En matière de réemploi, M&S donne l'exemple avec sa signalétique en chevilles bois (neuves !) et son mobilier en pots de yaourt (usagers !).

A son tour, Morrisons a présenté son nouveau concept de vente en vrac dans le cadre d'un magasin à faible impact environnemental récemment ouvert à Little Clacton. Pas moins de 366 références en vrac y sont proposées, à des prix égaux ou inférieurs à ceux des mêmes produits emballés.







Depuis le printemps, Lidl teste dans le magasin de Kingswinforf, près de Birmingham, la vente de lessive en **vrac**. Développé en collaboration avec le Sud-Américain Algramo, la "station de recharge" (refill station) offre 4 références de lessive à la marque maison Formil.



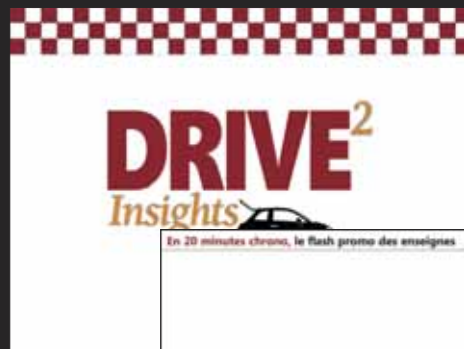
éditions
DAUVERS

olivierdauvers.fr • @Dauvers70

ÉTUDES • ÉVÉNEMENTS • CONFÉRENCES
VEILLE STRATÉGIQUE • LIVRES TECHNIQUES
WEB • PODCASTS • ÉDITION À FAÇON

L'ÉDITEUR EXPERT
GRANDE CONSO

olivierdauvers.fr





L'OBSERVATOIRE 2022 DU **RAYON VRAC**

5^{ème} édition

