



Vers un baromètre économique de la filière du vrac et du réemploi

Première édition : mai 2024

Posons les bases solides d'une industrie circulaire et garante de notre souveraineté



Réseau Vrac
& Réemploi

Remerciements

Les membres du COPIL :

Célia Rennesson (Réseau Vrac et Réemploi)
Lucia Pereira (Réseau Vrac et Réemploi)
Chloé Liard (Réseau Vrac et Réemploi)
Clémentine Cossic (Réseau Vrac et Réemploi)
Valentin Fournel (Citeo)
Sophie Nguyen (Citeo)
Stéphanie Foucard (Citeo)
Nicolas Piffeteau (Citeo)
Maud Craplet (Léko)
Maud Balencie (Léko)
Laurence Payre (NoWW)
Didier Onraita-Bruneau (Osmosia)
Sébastien Leflond (Mayam)
Clara Mottier (Deloitte)
Bénédicte Ramon (Deloitte)
Clara Sybord (Deloitte)

Toutes les personnes de ces entreprises et ces associations ayant participé à des interviews, à l'élaboration des données quantitatives et ayant accepté d'être citées :

3JD, Ademe, Auchan, Alpes consigne, Aquarys, Berny, Bocoloco, Bel, Biocoop, Bout à bout, Caméléon Groupe, Carrefour, Consign'up, Day by Day, Défi vrac, Danone, Eternity Systems, Fedeverre, France Consigne, Franprix, Firplast, Fabrice Peltier, Haut la consigne, Intermarché, J'aime mes bouteilles, Knauf, Leclerc, La Consigne de Provence, La tournée, Le fourgon, Le drive tout nu, La consigne de provence, Lemon Tri, Léa Nature, Loop, Mayam, Ma bouteille s'appelle reviens, Naturalia, Nestlé, NielsenIQ, NoWW, Oc'Consigne, OI, Olivier Dauvers, Options Solutions, Pandobac, Perifem, Paktic, Petrel, Rebouteille, Re-Uz, Swiv, Sitour, Tomra, Uzaje, Verralia.

Cette étude a été réalisée par Deloitte et grâce au soutien financier de Citeo et Leko.

Deloitte.

CITEO

Léko



Édito



Vers un premier baromètre économique de la filière Vrac et Réemploi : Éclairer nos perspectives de croissance

Dans un paysage économique en constante évolution, la réalisation d'un premier baromètre sur la filière du vrac et du réemploi des emballages marque une étape cruciale dans la compréhension et la planification industrielle de ce secteur émergent et prometteur tant d'un point de vue économique qu'environnemental. Conçu comme une première étape d'un processus continu d'analyse et de suivi, ce premier baromètre dresse un tableau représentatif à date, des acteurs sur le marché et ses différents segments (vrac, réemploi), ainsi que des enjeux et des opportunités de développement économique d'ici 2030.

Ce premier baromètre est un jalon initial dans un voyage vers une connaissance toujours plus approfondie et mature de la filière du vrac et du réemploi. En identifiant les catégories d'acteurs clés, en mesurant les capacités industrielles et le potentiel de création d'emplois en France, souvent sur des nouveaux métiers, et enfin en sondant les besoins du secteur tout en intégrant les objectifs réglementaires, le baromètre offre une première vision d'ensemble, tout en reconnaissant la nécessité d'une analyse continue et d'un suivi régulier pour saisir pleinement les dynamiques à l'œuvre.

Dans cette perspective, ce premier baromètre constitue une invitation à la réflexion et à l'action. Il encourage les acteurs de la filière, entreprises, investisseurs ou décideurs politiques, à s'engager dans un processus de planification industrielle, stratégique et proactive. En fournissant des données chiffrées et des pistes de réflexion, il offre un cadre précieux pour l'élaboration de stratégies de croissance et d'investissements à long terme.

En mettant en lumière le potentiel de la filière du vrac et du réemploi en tant que levier de développement économique et social, il contribue à ouvrir de nouvelles perspectives pour une croissance inclusive, garante de notre souveraineté et respectueuse de l'environnement

Célia Rennesson

Fondatrice et Directrice générale
de Réseau Vrac et Réemploi



Sommaire



Résumé exécutif



Introduction



1. Présentation méthodologie de l'étude



2. Présentation des parties prenantes



3. Les fournisseurs d'emballages



4. Les équipementiers du vrac



5. Les metteurs en marché de produits de grande consommation



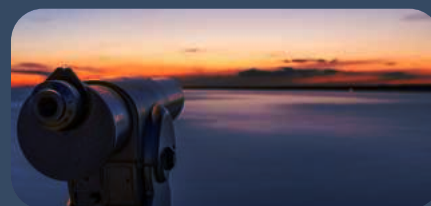
6. Les distributeurs de produits de grande consommation



7. Les opérateurs du réemploi



8. Les opportunités et les leviers pour développer la filière



9. Conclusion et projections de la filière du vrac et du réemploi



Sources et listes des abréviations



Résumé exécutif

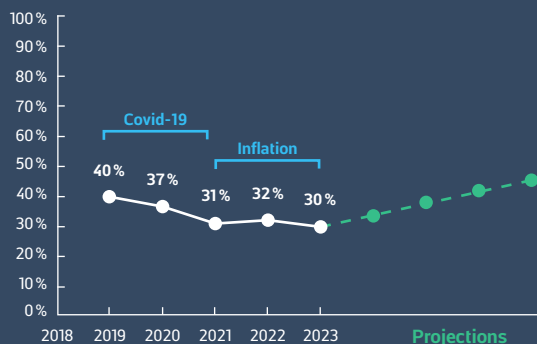


Résumé exécutif

Le marché du vrac et du réemploi

Les tendances et chiffres clés 2023, les opportunités

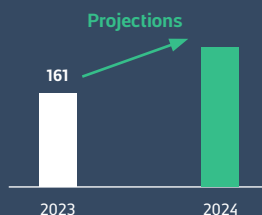
Part de la population acheteuse de vrac (hors fruits et légumes) – Nielsen, 2023



Entre 2019 et 2020, le marché du vrac en France a enregistré une **croissance significative**. En 2020, la crise sanitaire et l'inflation ont freiné cette progression.

En 2024, le marché du vrac voit un **regain de croissance**, montrant une perspective d'évolution prometteuse pour les prochaines années.

Nombre total de lauréats des appels à projets réemploi lancés – Citeo et Léko, 2023



Le nombre de projets de réemploi soutenus par les éco-organismes Citeo et Léko en 2023 va augmenter dans les années à venir, grâce aux fonds réemploi de ces éco-organismes qui doivent correspondre à au moins 5% de leur budget pour développer des solutions de réemploi.

Sources : Nielsen, Le Vrac en 2023 (2024).
Citeo, appels à projets, encore plus de réemploi 2023 (2024).
Léko, appels à projets réemploi 2023 (2024)

LES PRODUITS VRAC OU EN PRÉEMBALLÉ RÉEMPLOYABLE, EN RAYON CHEZ LES DISTRIBUTEURS

La Grande distribution (GMS)

36
références vrac
En moyenne en 2023

11
références réemploi
En moyenne en 2023

Les magasins spécialisés bio

590
références vrac
En moyenne en 2023

100
références réemploi
En moyenne en 2023

Les magasins spécialisés vrac

1 200
références vrac
En moyenne en 2023

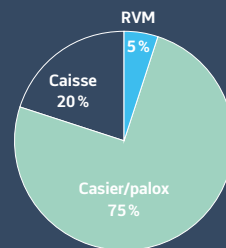
20
références réemploi
En moyenne en 2023

LA COLLECTE DES EMBALLAGES RÉEMPLOYABLES CHEZ LES DISTRIBUTEURS

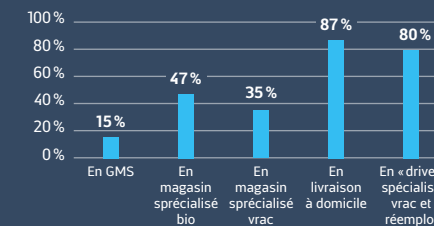
Environ **1 000** points de collecte en France en 2023* (selon les opérateurs interrogés)

+ de 13 000 000 emballages collectés en France en 2023**

35% taux de retour moyen d'un emballage → **62%** visé en 2024



Taux de retour moyen des emballages réemployables



* La majorité des points de collecte en France sont dans la distribution (GMS, épicerie bios).

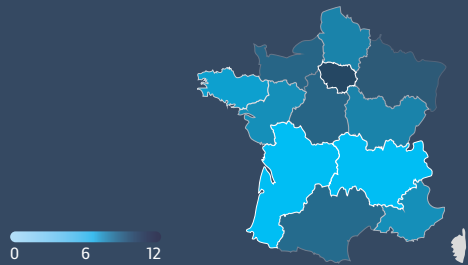
** Le **taux d'emballages réemployés est une donnée non disponible** à ce jour qui devrait être calculée et diffusée pour la première fois en septembre 2024 par l'Ademe dans l'Observatoire du réemploi et de la réutilisation.



Résumé exécutif

LE LAVAGE DES EMBALLAGES RÉEMPLOYABLES

Nombre de centres de lavage par région



60

centres de lavage
identifiés répartis
sur 18 régions françaises



12 500 000

emballages lavés
et remis en marché
en France en 2023



4%

de **taux moyen de rejet**
avant lavage
(mauvaise identification des
emballages, cassures, etc.)



15%

de **mise en rebus moyenne**
après lavage
(étiquette, défaut physique, etc.)

CAPACITÉS DE LA FILIÈRE

Capacités actuelles



9 000

emplois temps plein par le vrac
et le réemploi en 2023



dont **700**

la filière
du réemploi (distributeurs et
opérateurs hors CHR)



et **8 100** par la filière
du vrac



19%

taux d'utilisation
des machines de lavage
en 2023 comparativement au
nombre d'emballages lavables
dans le cas d'une utilisation
5 jours/7-8 heures/24 heures
des machines déjà existantes

Prévisions 2024



+20%

d'**embauches** potentielles
générées par la filière en 2024



+55%

d'**emballages collectés**
en 2024



+75%

d'**emballages lavés** et remis
en marché en 2024



+4

nouveaux centres
de lavage en 2024

OPPORTUNITÉS



Environnementales



Industrielles



Économiques



Sociales



+20 000

emplois potentiels
générés par la filière du vrac
et du réemploi dans les
prochaines années



+70%

d'opérateurs vont développer
le **réemploi de pots et bocaux**
à partir de 2024 et dans les
années à venir



+15 000

points de collectes potentiels
installés dans les
prochaines années



+300 000 000

d'emballages pourraient
être lavés par an
si les centres tournaient
à plein régime

Source : Réseau Vrac et Réemploi, Vers un baromètre économique de la filière du vrac et du réemploi (2024)



Introduction



Le rapport suivant est une première édition du Baromètre de la filière du vrac et du réemploi des emballages ménagers des produits de grande consommation (PGC). Ce rapport a pour vocation d'être réédité chaque année et la donnée qui y est exposée sera évolutive. Il a été créé sous l'impulsion de Réseau Vrac et Réemploi, avec le soutien financier des éco-organismes Citeo et Léko, et la participation des acteurs de la filière. L'analyse qui en découle est basée sur 56 entretiens menés avec différentes typologies d'acteurs de la filière et sur 31 fichiers de données quantitatives (voir partie 1 « Présentation de la méthodologie de l'étude »).

Cette première édition se présente davantage comme une exploration initiale plutôt qu'un baromètre d'un secteur déjà établi. Elle vise à établir les bases, à comprendre les enjeux actuels de ce marché émergent afin de poser les fondations pour les futures éditions. Actuellement, des données cruciales telles que les volumes réalisés ne sont pas systématiquement recensées par tous les acteurs, ce qui limite notre vision globale de l'état actuel de la filière et modère notre capacité à anticiper sa direction future. De plus, de nombreux acteurs sont encore en phase de création ou d'acquisition de compétences, ce qui ajoute une couche de complexité à l'établissement d'un baromètre complet et totalement fiable. Notre démarche vise par ailleurs à compléter les futures données officielles sur le réemploi des emballages qui seront établies par l'Observatoire du réemploi et de la réutilisation de l'Ademe en septembre 2024. Nous aspirons dès à présent à offrir une vision globale et précise des enjeux économiques, tout en identifiant les opportunités et défis majeurs rencontrés par les acteurs de la filière, posant ainsi les bases pour des analyses plus approfondies dans les années à venir.

Dans un contexte marqué par la crise sanitaire et l'inflation, il est impératif de saisir les opportunités de transformation et de résilience. L'industrie se trouve à un moment charnière, appelée à se réinventer et à explorer de nouvelles voies de

développement. **La France, à travers des législations telles que la loi Agec (2020) et la loi Climat et résilience (2021),** inspire le monde entier et s'engage à ouvrir de nouvelles perspectives pour la production et la consommation, avec des objectifs ambitieux de réduction des déchets d'emballages, de préservation des ressources, et de promotion du vrac et du réemploi des emballages :

OBJECTIFS RÉGLEMENTAIRES

- Un objectif global de 20 % de réduction des emballages en plastique à usage unique d'ici fin 2025, dont au minimum la moitié obtenue par recours au réemploi ou à la réutilisation. Une fin des emballages à usage unique est fixée à 2040.
- Un objectif de 50 % de réduction des bouteilles en plastique à usage unique mises sur le marché d'ici à 2030.
- Au 1^{er} janvier 2030, 20 % de la surface dédiée aux produits de grande consommation (pour les surfaces de vente de plus de 400 m²) sera consacrée à la vente de produits sans emballage et notamment en vrac. Un décret d'application est en cours de préparation.
- Pour les professionnels dont le chiffre d'affaires est supérieur à 50 M d'euros par an : une proportion minimale de 5 % d'emballages réemployés mis sur le marché annuellement en 2023, 6 % en 2024, 7 % en 2025, 8 % en 2026 et 10 % en 2027.
- Pour les professionnels ayant un chiffre d'affaires entre 20 M et 50 M d'euros par an : 5 % en 2025, 7 % en 2026, objectif final identique de 10 % en 2027.
- Pour les professionnels avec un chiffre d'affaires de moins de 20 M d'euros par an : 5 % en 2026 et 10 % en 2027.
- Un objectif commun pour tous les professionnels est attendu en 2027, avec un palier à hauteur de 10 % d'emballages réemployés par an.



Le premier Baromètre de la filière du vrac et du réemploi des emballages ménagers des PGC vise à établir les bases, à comprendre les enjeux actuels de ce marché émergent afin de poser les fondations pour les futures éditions.



Vers un baromètre économique de la filière du vrac et du réemploi

Après les élections européennes de juin 2024, le nouveau Parlement et le Conseil donneront leur approbation finale sur le texte au cours du dernier trimestre 2024. La PPWR entrera ensuite en vigueur à la mi-2026. Parmi les objectifs prévus dans la PPWR, notons une réduction de 5 à 15 % des déchets d'emballages entre 2030 et 2040, ainsi que des obligations de réemploi, spécifiques pour certains secteurs, avec des possibilités de dérogations conditionnelles pour les pays dépassant les objectifs de recyclage déjà fixés par l'UE et des marges de flexibilités pour les États membres qui, comme la France, ont déjà adopté des dispositions plus ambitieuses, notamment sur le vrac et le réemploi.

L'intérêt grandissant pour une économie circulaire et durable, axée sur le réemploi et l'achat en vrac, est évident. Cependant, il est important de reconnaître les enjeux qui nécessitent encore d'être adressés pour faire avancer concrètement et efficacement la filière et ainsi atteindre sa pleine expansion. Le développement d'équipements garantissant la sécurité des produits et des consommateurs, la modification des lignes de production pour s'adapter aux nouveaux emballages de conditionnement et la sensibilisation des consommateurs à de nouveaux comportements, sont déjà en cours d'adressage par l'écosystème. Les éco-organismes, les opérateurs de réemploi et les initiatives des industriels et des distributeurs jouent un rôle crucial dans cette dynamique, en impulsant des innovations notamment pour l'amélioration de la traçabilité des produits, la mise en place de campagnes de sensibilisation efficaces et la création de modèles logistiques optimisés. De plus, l'établissement d'un maillage territorial efficace favorisant le réemploi des emballages est également en progression, avec des systèmes de collecte et de réutilisation en place sur tout le territoire, pour garantir un flux continu d'emballages réemployés. Ces actions combinées témoignent d'une réelle avancée vers une économie plus durable et efficiente.

Côté consommation, malgré une dynamique observée pour des consommations plus durables jusqu'en 2020, elle s'est affaiblie en sortie de crise Covid-19. Puis la crise liée à l'inflation a renforcé ce ralentissement. **Depuis le début de cette année 2024, la reprise s'amorce et les enjeux environnementaux sont de nouveau propulsés au cœur des discussions, créant ainsi une dynamique propice.** Des études mettent en lumière les préoccupations des consommateurs, soulignant que la réduction des emballages demeure une motivation majeure, suivie de près par la lutte contre le gaspillage et la maîtrise des dépenses. D'autres recherches ont été lancées par Citeo, qui mène un programme d'études depuis 2021 sur l'évolution des perceptions des emballages par les consommateurs depuis la crise Covid-19, et par Léko sur la désirabilité du réemploi par les consommateurs.

Des modèles économiques se structurent avec persévérance, illustrant l'engagement continu des acteurs à promouvoir le développement du réemploi. Des initiatives collectives voient le jour pour soutenir cette structuration et faciliter son déploiement à l'échelle nationale. Ces coalitions œuvrent à harmoniser les pratiques et à mutualiser les ressources pour un développement plus fluide. Parmi ces actions, citons le développement de solutions de conditionnement adaptées aux contraintes industrielles et de la GMS pour la vente en vrac, telles que : En avant vrac, Défi vrac, ou encore le projet ReUse de Citeo visant à anticiper, déployer et mutualiser un modèle opérationnel national d'emballages standards et de produits réemployables. Des travaux sont également engagés sur des aspects techniques spécifiques à chaque étape du processus de réemploi, telles que les solutions de lavage, avec le développement par Citeo d'un référentiel commun sur les normes d'hygiène applicables à ces solutions. Ces dernières visent à rassurer les industriels, habitués à des standards d'hygiène agroalimentaires stricts, et à les inciter à faire appel à des

structures de lavage externalisées. Par ailleurs, des travaux au niveau européen sur les normes de lavage applicables aux emballages réemployables en verre sont pilotés par le CETIE. De nombreuses expérimentations ont également lieu, rassemblant des initiatives multimarques, multidistributeurs et multicanaux, ou encore des actions directes de sensibilisation du consommateur, comme le Mois du Vrac et du Réemploi qui se déroule chaque année en mars, ou enfin des actions de promotion auprès des professionnels tel que le Salon du Vrac et du Réemploi, unique salon professionnel dédié à la filière, organisé depuis six ans par Réseau Vrac et Réemploi. Enfin, de nombreux travaux sont engagés par les opérateurs du réemploi pour un maillage complet du territoire grâce au développement d'une gamme commune d'emballages réemployables (en attendant les emballages standard officiels), identifiée par le pictogramme créé par Réseau Vrac et Réemploi.

Enfin, soulignons le financement et l'accompagnement des éco-organismes, qui ont l'obligation depuis la loi Agéc de consacrer au moins 5 % de leur budget au financement de solutions de réemploi, ce qu'ils font à travers différents appels à projets financiers. Les éco-organismes assument en parallèle une nouvelle obligation légale : contribuer à la prise en charge des coûts de reprise, de collecte et de transport des emballages réemployables jusqu'à un centre de massification, et des coûts de lavage si nécessaire.



1. Présentation de la méthodologie de l'étude



Dans le cadre de cette étude, un périmètre d'analyse centré sur les emballages réemployables a été défini. Ces emballages sont caractérisés par le fait qu'ils ont été conçus, créés et mis sur le marché pour pouvoir accomplir pendant leur cycle de vie plusieurs trajets ou rotations en étant remplis à nouveau ou réemployés pour un usage identique à celui pour lequel ils ont été conçus. La réglementation impose par ailleurs que les emballages réemployables soient recyclables. Le réemploi de ces emballages peut être organisé par le producteur lui-même ou pour son compte, ou par le consommateur lui-même. Les emballages réemployables remplis au moins une deuxième fois au point de vente dans le cadre de la vente en vrac, sont bien inclus dans le périmètre de l'étude. Pour cette première édition et afin d'établir un premier bilan, la recharge (berlingot écoconçu, mais à usage unique qui sert à recharger un contenant « parent » réemployable à domicile) est exclue de l'analyse. Enfin, le rapport se concentre sur les emballages ménagers des produits de grande consommation (PGC), excluant ainsi les emballages utilisés dans les cafés, hôtels et restaurants (CHR), ainsi que les emballages industriels et commerciaux (EIC).

Que dit la réglementation ?



La vente en vrac est définie par l'article L. 120-1 du Code de la consommation. Elle désigne la vente aux consommateurs de produits présentés sans emballage, dans des contenants réemployables ou réutilisables, en leur permettant de choisir la quantité qu'ils souhaitent acheter. En pratique, les consommateurs peuvent se servir, ou être servis, dans des emballages réemployables ou à usage unique (ex. sachets kraft). Le distributeur peut être livré en produits vrac dans des emballages réemployables ou dans des emballages à usage unique, à date cette deuxième option est encore la plus utilisée ; ces produits vrac sont ensuite mis en vente dans des équipements de vente en vrac installés chez le distributeur. Tous les PGC peuvent être vendus en vrac, sauf exceptions dûment justifiées par des raisons de santé publique (liste des exceptions fixée par le décret n° 2023-837 du 30 août 2023).



Le réemploi est défini par l'article L. 541-1-1 du Code de l'environnement. Il désigne toute opération par laquelle des matières ou des produits qui ne sont pas des déchets sont utilisés de nouveau pour un usage identique à celui pour lequel ils ont été initialement conçus. Lorsque les matières ou produits ont été considérés comme des déchets avant d'être utilisés de nouveau, on parle de « réutilisation ». Les modalités du réemploi et de la réutilisation sont multiples, par exemple ils peuvent :

- être faits par ou pour le compte du producteur (vente de PGC préemballés dans des emballages réemployables en point de vente ou en livraison à domicile, etc.), par le consommateur au point de vente dans le cadre de la vente en vrac (ou par le consommateur à domicile dans le cadre d'un dispositif de recharge organisé par le producteur : cette dernière hypothèse, celle du berlingot, n'est pas étudiée dans le cadre du présent rapport) ;
- reposer sur un système de retour monétarisé (consigne ou gratification pour réemploi, abonnement, etc.), sur un système de retour non monétarisé (échange d'un emballage vide par un emballage plein, système de jeton, etc.), ou sur un système où le consommateur est propriétaire de l'emballage réemployable (vrac, recharge, etc.).



Après avoir défini le cadre et le périmètre de l'étude et en avoir précisé les limites, il convient de présenter la méthodologie d'acquisition des données. Le processus s'est déroulé en deux étapes distinctes pour obtenir à la fois des informations qualitatives et quantitatives :



• **La première étape** a consisté en des entretiens individuels approfondis avec un échantillon représentatif des parties prenantes de l'industrie du vrac et du réemploi. Ces entretiens nous ont permis de recueillir **des informations détaillées et qualitatives** sur les pratiques, les défis et les perspectives de chaque acteur, et d'obtenir une vision globale sur la filière en France.



• **Dans un second temps**, un questionnaire structuré a été envoyé aux personnes interrogées lors des entretiens individuels. Ce questionnaire visait à obtenir **des données quantitatives complémentaires** pour enrichir l'analyse.

Au total, **56 acteurs différents** ont été interviewés, issus des différents segments de l'industrie du vrac et du réemploi. Parmi ces acteurs, 32 ont également répondu au questionnaire, ce qui a permis d'obtenir une base de données quantitative significative pour chaque catégorie d'acteurs. Certains acteurs tels que les associations, les groupements et les consortiums n'ont pas reçu de questionnaire et l'approche s'est concentrée sur des entretiens individuels avec des représentants clés de ces entités.

Voici la répartition de l'échantillon combiné, classé par catégorie d'acteurs pouvant, dans certains cas, appartenir à plusieurs catégories :

Catégorie d'acteurs	Nombre d'interviews	Réponse au questionnaire
Fournisseur d'emballages	8	4
Fournisseurs d'équipement de vrac et de réemploi	6	5
Metteurs en marché	6	Entretiens individuels
Distributeurs	14	9
Opérateurs du réemploi	26	14
Experts	3	Entretiens individuels
TOTAL	63*	32

* Au total, 56 acteurs différents ont été interviewés, cependant certains interviennent dans plusieurs catégories.

Les données présentées dans ce baromètre de la filière du vrac et du réemploi des emballages ménagers des PGC sont le résultat d'un processus d'agrégation de multiples sources et interlocuteurs impliqués dans cette industrie, ainsi que d'une approche mixte, combinant entretiens qualitatifs et questionnaires quantitatifs. Les données fournies ne sont pas exhaustives sur l'état actuel de l'industrie du vrac et du réemploi des emballages ménagers des PGC – car certains acteurs n'ont pas pu être contactés –, mais constituent un échantillon représentatif des différentes parties prenantes de la filière.

Ainsi, ces données permettent de mettre en lumière des tendances générales et d'évaluer la maturité de l'industrie du vrac et du réemploi, en France. Il convient également de souligner que, faute de contrôle de cohérence systématique ou d'audit, les données elles-mêmes restent déclaratives.



2. Présentation des parties prenantes



Les cinq catégories d'acteurs sollicités dans le

cadre de l'étude englobent la production d'emballages réemployables, la production d'équipements pour la vente en vrac et réemploi, le conditionnement des produits vrac et préemballés en emballages réemployables, leur distribution en magasin et le parcours consommateur, ainsi que la phase de collecte, de lavage et/ou de réemploi des emballages.



Les fournisseurs d'emballages

Les fournisseurs d'emballages sont les premiers maillons de la chaîne du réemploi. Leur mission consiste à concevoir, produire et fournir des emballages neufs aux metteurs en marché. Ces emballages peuvent être fabriqués dans divers matériaux tels que le plastique, le verre, des métaux tels que l'aluminium et l'inox, ou encore le papier et le carton, et se présentent sous différentes formes (bouteilles, bocaux, pots, barquettes, boîtes, etc.) et contenances (20 cl, 50 cl, 70 cl, 75 cl, 1 l, 375 ml, 750 ml, etc.). Ils sont conçus pour protéger le produit et sa consommation, et ce pendant toute la chaîne, transport inclus, tout en respectant les normes de sécurité notamment alimentaire, d'hygiène et les réglementations en vigueur. Au total, huit acteurs ont été interrogés opérant dans la production et la fourniture d'emballages neufs, réemployables ou à usage unique, sur le marché français.



Les fournisseurs d'équipements et de solutions pour la vente en vrac

Les fournisseurs d'équipements et de solutions pour la vente en vrac sont clés dans la chaîne de valeur du vrac. Leur domaine d'expertise réside dans la conception et la fabrication d'équipements destinés à la gestion et à la distribution de produits en vrac en points de vente, conformes aux enjeux réglementaires de sécurité, d'hygiène et de métrologie notamment. Dans le cadre de notre étude, deux acteurs majeurs ont été interrogés dans ce domaine. Ces entreprises se spécialisent dans la création et la fabrication d'équipements et de solutions visant à distribuer des produits en vrac de manière efficace, tracée et hygiénique. Leurs produits incluent notamment des bacs à pelle et des trémies spécialement conçus pour stocker et distribuer une grande variété de produits secs en vrac tels que les céréales, les fruits secs, les légumineuses, les savons solides, etc. Ils proposent également des fontaines à liquide pour la distribution de produits liquides (huiles, bières, produits détergents et cosmétiques, etc.), des meubles pour les rayons vrac conçus pour organiser et valoriser les équipements de vente en vrac dans les magasins ou encore des applications de traçabilité en magasin ou pour le consommateur.



Les fournisseurs d'équipements pour le réemploi

Les fournisseurs d'équipements pour le réemploi jouent également un rôle crucial dans la chaîne de valeur du réemploi. Leur domaine d'expertise réside dans la conception et la fabrication d'équipements pour chaque étape du processus de réemploi depuis la collecte jusqu'au reconditionnement.

Ainsi au stade de la collecte d'emballages vides et usagés en vue de leur réemploi, des d'automates de récupération des emballages (RVM : Reverse Vending Machine) ou des systèmes de douchettes sont nécessaires. Dans le cadre de notre étude, quatre acteurs opérant dans ce domaine spécifique, ont été interrogés, principalement des fournisseurs de RVM. Ces dispositifs peuvent être installés dans divers lieux de collecte tels que les supermarchés, les centres commerciaux ou d'autres points d'apport volontaire, afin de favoriser le retour automatisé des emballages réemployables.





Les metteurs en marché de produits de grande consommation

Les metteurs en marché de produits de grande consommation (PGC) sont chargés de produire, d'emballer et de commercialiser des produits de consommation tels que des aliments, des boissons, des produits détergents ou cosmétiques, au sein de diverses enseignes de distribution, ou au consommateur dans le cadre de la vente directe.

Leur rôle est de garantir la disponibilité des produits vrac ou préemballés dans des emballages réemployables, de gérer leur conditionnement, d'accompagner les distributeurs à les promouvoir et les rendre accessibles aux consommateurs, en précisant notamment leur composition, leurs caractéristiques de conservation et de consommation. 6 grands acteurs de l'agroalimentaire, qui opèrent sur le marché du vrac et du réemploi depuis plusieurs années, ont été interrogés afin d'obtenir des informations pertinentes et projectives.



Les distributeurs de produits de grande consommation

Les distributeurs de produits de grande consommation (PGC) sont des entreprises chargées d'acheter des produits auprès des metteurs en marché, puis de les commercialiser et de les vendre aux consommateurs finaux. Leur rôle principal consiste à gérer la logistique de distribution des produits, en assurant leur stockage, leur transport, leur étiquetage et leur traçabilité pour le vrac, et leur disponibilité dans différents

points de vente. Dans le cadre de l'étude, divers types de distributeurs ont été interrogés, notamment les grandes chaînes de distribution telles que des supermarchés, des hypermarchés et des magasins de proximité. Ont également été inclus des distributeurs spécialisés, notamment des enseignes dans le bio ou le vrac, ainsi que des distributeurs spécialisés dans la vente en drive et la livraison à domicile. Au total, 14 distributeurs différents ont été interrogés dans le cadre de ce baromètre.



Les opérateurs du réemploi

Les opérateurs du réemploi représentent des entreprises ou des organisations spécialisées dans la traçabilité, la collecte, le transport, la massification/le stockage, le tri, le lavage et la remise en circulation des emballages réemployés par les metteurs en marché de PGC. Certains opérateurs de réemploi exercent une activité de conseil auprès des producteurs de PGC pour les accompagner dans le passage au réemploi (choix des emballages, des étiquettes, etc.). Dans le cadre de cette étude, 25 de ces opérateurs ont été interrogés. Les principaux métiers concernés sont les suivants :



Les opérateurs de collecte

Ils organisent et effectuent la collecte des emballages usagés vides réemployables auprès des différents points de collecte, des consommateurs ou des entreprises partenaires.



Les transporteurs externes

En plus des collecteurs, les transporteurs externes organisent la collecte et/ou la redistribution des emballages sales et/ou propres.



Les opérateurs de reverse logistique

Ils sont chargés de la réintégration des emballages réemployables usagés ou lavés dans la chaîne d'approvisionnement pour une nouvelle utilisation ou bien peuvent être chargés du transport des emballages usagés au centre de massification. La reverse logistique vise à optimiser les opérations de retour afin de maximiser l'efficacité et la robustesse des flux d'emballages et de réduire les coûts pour les différents maillons de la chaîne.





Les massificateurs et trieurs

Ces derniers gèrent le stockage d'un grand nombre d'emballages récupérés sales ou propres avant de les envoyer au lavage ou de les fournir aux metteurs en marché de PGC. Souvent, une première étape de tri des emballages récupérés est effectuée en amont du lavage lors de l'étape de massification.



Les apporteurs de solutions technologiques

Les apporteurs de solutions technologiques mettent à disposition des différents maillons de la chaîne (metteurs en marché, distributeurs, consommateurs, autres opérateurs du réemploi) des solutions innovantes et techniques pour optimiser et simplifier la mise en place du vrac et du réemploi. Cela peut comprendre des applications de traçabilité des flux d'emballages et des flux financiers, des terminaux de déconsignation, des solutions de packaging digital, des solutions de réemploi clé en main, des QR Codes permettant de fournir des informations sur les rayons vrac et sur les produits, ou encore de déconsigner les emballages etc.



5. Les consommateurs

Les consommateurs jouent un rôle central dans le développement de cette filière. En effet, leurs habitudes de consommation sont au cœur des enjeux et des préoccupations de tous les acteurs de la chaîne. Ces derniers achètent et utilisent des produits en vrac ou préemballés dans des emballages réemployables dans le cadre de leurs activités quotidiennes ou professionnelles. Concernant la proportion des Français familiers des concepts liés au vrac et au réemploi, 30 % de la population a acheté du vrac en 2023 dont 1,5 million d'acheteurs réguliers (environ 3 % des 20-75 ans)¹, 92% des Français ont entendu parler du système de la consigne, et 67 % voient précisément de quoi il s'agit². En tant qu'utilisateurs finaux, ils jouent un rôle clé à la fois dans l'acte d'achat auprès des distributeurs, dans l'utilisation de leurs emballages réemployables domestiques pour le vrac et dans le retour des emballages consignés vides aux points de collecte désignés pour être lavés par un professionnel. Tout au long de cette étude, des résultats d'études diverses ont été inclus pour mettre en lumière le rôle essentiel du consommateur.



Les laveurs

Les laveurs sont responsables du lavage des emballages réemployables récupérés et garantissent qu'ils sont propres et sûrs pour une nouvelle utilisation par les metteurs en marché de PGC. Ils assurent l'intégrité physique, la qualité sanitaire, l'hygiène et la robustesse des emballages lavés en effectuant une étape de tri et de contrôle à la fin du processus. Les laveurs ont également la charge de décoller/ gratter les étiquettes des emballages avant leur lavage, ce qui constitue une étape importante du process à ce jour, les étiquettes n'étant pas toujours conçues pour être facilement décollables.



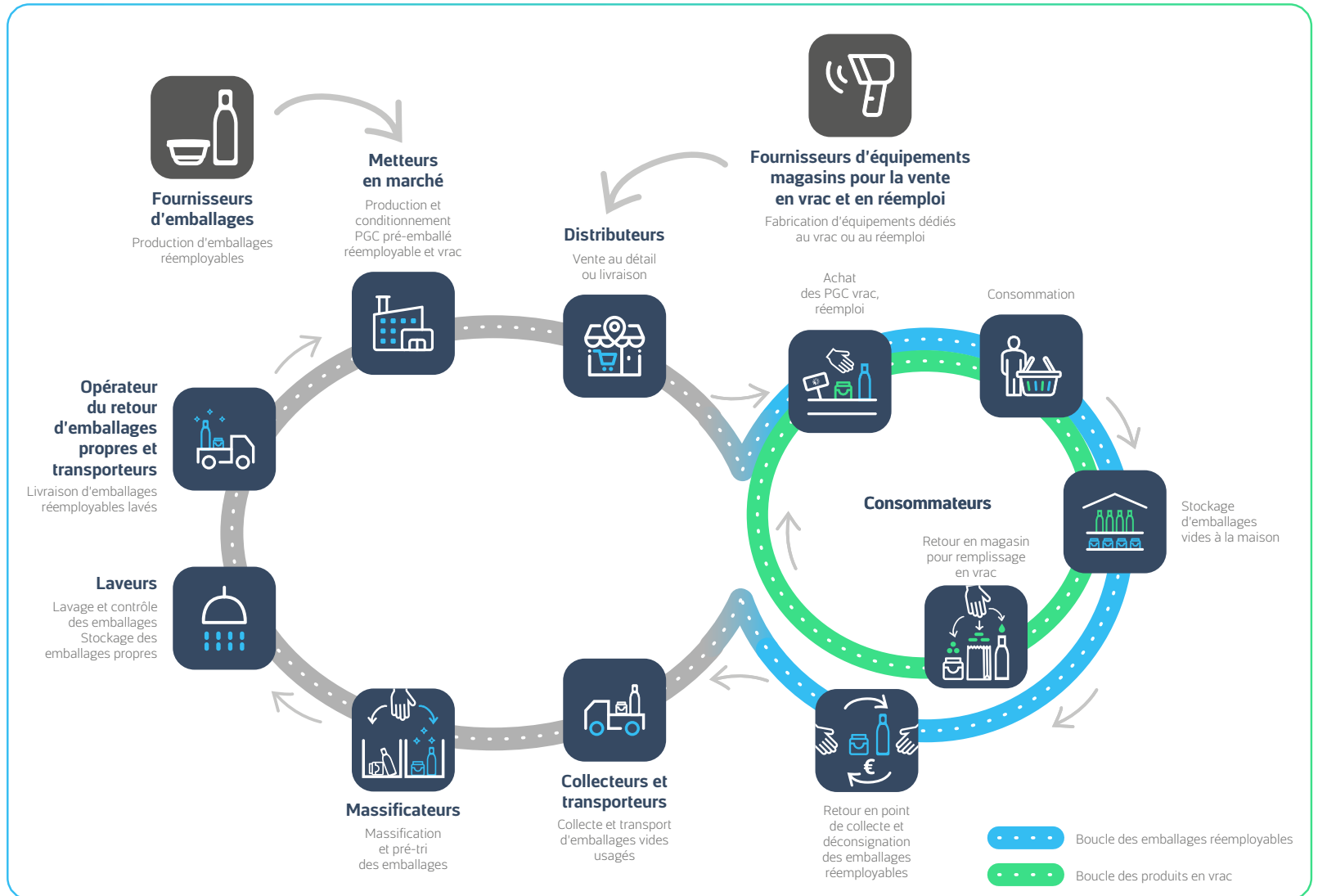
¹ Nielsen, Le Vrac en 2023 (2024).

² Ipsos, Les Français et la consigne des emballages de boissons (2023).



Vers un baromètre économique de la filière du vrac et du réemploi

Ainsi, dans la boucle du réemploi, chacune des typologies d'acteurs décrite ci-dessus joue un rôle précis, tout en étant dépendantes les unes des autres. Il est également important de noter que certains acteurs assument plusieurs rôles au sein de cette boucle. Par exemple, un opérateur de réemploi peut également agir en tant que fournisseur d'emballages réemployables en les récupérant et en les remettant en circulation, ou encore un laveur peut également effectuer le tri et la massification. Cette pluralité et cette polyvalence démontrent l'interconnexion des différents acteurs et la synergie nécessaire pour maintenir efficacement cette boucle du réemploi. Elles révèlent aussi une filière en construction qui doit répondre à des impératifs opérationnels avant de pouvoir se spécialiser.



Apporteurs de solutions techniques et technologiques

Commercialisation d'outils innovants permettant le fonctionnement et le suivi de l'ensemble du système des emballages réemployés





3. Les fournisseurs d'emballages





Les fournisseurs d'emballages proposent historiquement certaines gammes d'emballages réemployables et contribuent au développement de nouvelles gammes, conscients que cela représente à la fois un défi et une opportunité face à la prédominance des emballages à usage unique (notamment en plastique) sur le marché depuis de nombreuses années, et à la volonté de 77 % des Français qui considèrent que diminuer ou modifier les emballages est « très important » ou « important »³.

Les emballages réemployables en verre

En France, les emballages réemployables en circulation sont historiquement en verre. Cette tradition est ancienne, avec une part encore limitée, mais significative d'emballages réemployables dans la production des verriers, principalement utilisés pour les boissons commercialisées en réseau Horeca (hôtels, restaurants, cafés). Le développement de gammes réemployables représente donc une opportunité économique pour les verriers qui ont tous initié ces dernières années, des gammes d'emballages réemployables en particulier pour la bière, en travaillant notamment sur la forme et le poids des emballages. Bien que les volumes d'emballages réemployables en circulation se concentrent à date sur les bouteilles en verre, nous observons une tendance croissante au développement d'autres types de d'emballages réemployables en verre, notamment les pots et les barquettes. Ainsi, certains metteurs en marché de PGC ont

fait le choix de développer leur propre gamme d'emballages réemployables en verre désignés sous la dénomination « emballages propriétaires » ou « emballages iconiques » souvent lavés en interne par les metteurs en marché eux-mêmes.

La préférence du verre pour la fabrication d'emballages réemployables s'explique par les qualités intrinsèques de ce matériau, notamment son inertie et sa résistance, le rendant idéal pour un multiusage caractéristique du réemploi. D'ailleurs, la propension à acheter des pots en verre s'observe également auprès des consommateurs puisqu'à prix égal, 52 % d'entre eux préfèrent les pots de yaourts en verre comparativement aux pots de yaourt en plastique⁴. Cependant, à date, sa densité impacte son bilan carbone⁵ et la disponibilité de la matière première à long terme n'est pas garantie ; c'est d'ailleurs l'une des raisons, qui pousse l'industrie du verre à se tourner vers le réemploi, la hausse des coûts de l'énergie en étant une autre.

Les chiffres clés

Près de 10

C'est le nombre moyen de références réemployables disponibles chez les verriers.

Cela représente à date environ **5%** de leur chiffre d'affaires.

Selon les entretiens qualitatifs avec les fournisseurs d'emballages, ce chiffre a vocation à augmenter dans les **2** prochaines années, avec des investissements dédiés.

³ Nielsen IQ, Le Vrac en 2023 (2024).

⁴ Léko, Circul'R, Appinio, Étude de désirabilité autour du réemploi des emballages (2023).

⁵ Ademe, Dispositifs de consigne pour le réemploi d'emballages en verre en France, Volet A (2023)





Les emballages réemployables en plastique

Les emballages réemployables en plastique connaissent actuellement une croissance dynamique, soutenue par la familiarité et les fonctions qualitatives bien établies du matériau, telles que sa robustesse, sa légèreté et sa flexibilité. Cependant, le plastique ne semble pas spontanément perçu comme compatible avec le réemploi, amenant une certaine forme de dissonance cognitive chez les consommateurs dont on constate qu'ils réutilisent pourtant de manière régulière et spontanée des contenants en plastique chez eux⁶. Par ailleurs, des préoccupations scientifiques persistent concernant la possible migration de microparticules dans les produits, soulevant ainsi des inquiétudes quant à la sécurité sanitaire, mais aussi l'efficacité du lavage industriel qui notamment ne permet pas un séchage optimal et enfin les enjeux de recyclabilité en fin de vie.

Comme pour le verre, la conception et la production de ces emballages nécessite elle aussi de forts investissements en recherche et développement. Les fournisseurs d'emballages plastiques doivent consacrer des ressources importantes pour garantir la réemployabilité de leurs emballages en travaillant sur divers aspects tels que la forme ou l'épaisseur tout en garantissant la recyclabilité. De plus, la création de nouveaux moules ainsi que l'augmentation de la quantité de matières premières nécessaires représentent des défis majeurs. En effet, les coûts des matières premières ont tendance à augmenter, accentués par divers éléments externes tels que l'inflation et la situation en Ukraine. Cette conjoncture rend d'autant plus crucial pour les fournisseurs d'emballages réemployables en plastique de trouver un équilibre entre l'innovation et la rentabilité. Cette conjoncture doit aussi, comme pour le verre, pousser cette industrie à se tourner davantage vers le réemploi et moins vers l'usage unique.



Les chiffres clés

Environ 40

C'est le nombre moyen de références réemployables disponibles chez les fournisseurs d'emballages plastiques

Cela représente à date environ **2%** de leur chiffre d'affaires.

Les emballages réemployables en inox

Face à la prédominance historique du verre et du plastique, on voit désormais émerger de nouvelles gammes d'emballages réemployables en inox pour lever les freins inhérents aux autres matériaux tels que notamment la migration de particules vers les produits, la durabilité, le poids et la fragilité. Ces emballages réemployables répondent pour le moment surtout aux besoins de consommation pour les offres traiteurs et la restauration. Cependant, il est important de noter que tous les emballages en inox ne conviennent pas à une utilisation au micro-ondes et que le potentiel de cycles de lavages théoriques peut différer de la réalité pratique. Le marché des emballages réemployables en inox est encore en phase de développement, nécessitant davantage de recherche, d'investissements, d'efforts de persuasion et de compétitivité économique auprès des différentes parties prenantes quant à ses avantages.

⁶ Citeo, Ipsos, Représentations et potentiels d'adhésion au réemploi (2023).

⁷ Ademe, Dispositifs de consignation pour le réemploi d'emballages en verre en France, Volet B (en cours).



Généralisation

En conclusion, au vu du récent développement du marché, il apparaît logique que les ventes d'emballages réemployables demeurent marginales pour tous les fournisseurs – quels que soient les matériaux – en comparaison avec la vente d'emballages à usage unique. Le développement de nouvelles gammes pose les mêmes défis que pour l'usage unique : investir dans la recherche et le développement et dans de nouveaux moules. En outre, d'un point de vue temporel, **pour certains fournisseurs, le délai de lancement d'un nouveau projet d'emballage réemployable peut être d'environ un an**. De plus, les fournisseurs d'emballages, tous matériaux confondus, doivent penser et adapter leurs produits selon les impératifs liés d'une part, aux contraintes du réemploi (collecte, tri, lavage, séchage, etc.) et, d'autre part, aux facilités d'usage pour le consommateur. En outre, ils doivent répondre à des contraintes spécifiques à chaque produit, telles que la congélation, l'herméticité et l'utilisation du micro-ondes, etc. Ainsi, pour être rentable, le développement de gammes réemployables engendre des investissements qui nécessitent une hausse de la demande, dans un marché qui est encore aujourd'hui en émergence.

Cependant, **le réemploi s'affirme réellement comme un levier face au renchérissement du coût des matières premières, lié aux récentes crises**. Enfin, les différents matériaux offrent des avantages et des inconvénients spécifiques et complémentaires, en fonction des usages : transport ou lavage par exemple.

Un consensus émerge autour de la nécessité pour les autorités publiques de définir et de prendre position. C'est le cas pour la qualification officielle d'un emballage réemployable et la limite de la responsabilité du fabricant qui à date est la même que l'emballage soit ou non réemployable. Cela est aussi vrai pour le développement de gammes standardisées d'emballages réemployables, incluant non seulement les bouteilles en verre, mais également d'autres types de contenants, afin d'assurer la cohérence et la pérennité de la filière dans son ensemble.

L'article 65 de la loi Agec dispose que : « Les éco-organismes créés en application des 1^{er} et 2^o de l'article L. 541-10-1 du Code de l'environnement définissent des gammes standard d'emballages réemployables pour les secteurs de la restauration, ainsi que pour les produits frais et les boissons. Ces standards sont définis au plus tard le 1^{er} janvier 2022 ».



Citeo et Léko travaillent actuellement sur la conception d'une gamme d'emballages standards réemployables. Ce projet initié en 2021 a consisté à identifier les contraintes industrielles et opérationnelles. Les différentes parties prenantes ont collaboré pour définir les caractéristiques clés de ces emballages (forme, contenance, matériau, type de fermeture). Citeo a chargé un designer, Fabrice Peltier de concevoir ces emballages et de créer un marquage gravé sur l'emballage pour les reconnaître : un « **R** » suivi de la mention « réemployable ». Ces emballages sont des

« jumeaux » des emballages standards à usage unique utilisés par les metteurs en marché. Leurs dimensions sont très proches afin qu'ils puissent passer sur les lignes de conditionnement existantes pour l'usage unique, en limitant au maximum les temps d'arrêt des machines et de réglage sur l'ensemble des phases de production, et en prévenant la dégradation des opérations logistique amont et aval. À l'heure actuelle, des tests, qui se révèlent concluants, sont en cours chez les industriels et les laveurs avec la première production en présérie. La standardisation des emballages du réemploi se pose comme une clé indispensable à la réussite de la filière en adressant deux défis majeurs. D'abord, sur le plan industriel, elle permet de regrouper les volumes collectés et lavés, réduisant ainsi les coûts logistiques liés au tri, au transport et au nettoyage. Cette approche favorise également la mise en place d'un maillage territorial efficace pour la gestion interopérable des emballages, minimisant les déplacements inutiles pour les remplir à nouveau. Et enfin sur le plan du consommateur, un emballage marqué, reconnaissable et uniforme rend plus aisé sa différenciation par rapport aux emballages à usage unique, favorisant ainsi son tri et sa collecte en vue de son réemploi.



Gamme d'emballages standards R-Cœur en cours de développement par Citeo et Leko





En attendant la mise en place de ces standards, Réseau Vrac et Réemploi a répertorié dans un catalogue interne, depuis 2022, une liste d'emballages actuellement réemployés sur le marché. Ceux-ci sont identifiables en magasin grâce à un pictogramme (voir ci-dessous) apposé par les producteurs sur l'étiquette de l'emballage réemployable.

Ce pictogramme permet ainsi aux consommateurs d'identifier les emballages bénéficiant d'un réseau de réemploi organisé et de les retourner en magasin.



Pictogramme national RAPPORTEZ MOI POUR RÉEMPLOI

Parallèlement, pour accompagner le développement du réemploi, la loi Agéc rend obligatoire une signalétique de réemploi harmonisée sur tous les emballages réemployables mis sur le marché en France et qui bénéficie d'un dispositif de retour. L'Info-réemploi est donc désormais obligatoire sur les emballages préemballés et réemployés industriellement.

Tout manquement aux obligations d'information sur les règles d'apport (mentionnées aux articles L. 541-9-1 à L. 541-9-3) est passible d'une amende administrative dont le montant peut aller jusqu'à 15 000 € pour une personne morale (article L. 541-9-4). Chaque référence de produit dont la non-conformité serait constatée lors d'un contrôle peut constituer un manquement.



À rapporter dans votre magasin Xxxxxxxx

Pictogramme Info-réemploi obligatoire sur les emballages réemployables industriellement à destination des ménages



4. Les équipementiers du vrac





Le marché du vrac en libre-service se développe et se structure pour de nombreux produits, notamment les produits secs, mais également les produits liquides, pour toutes les catégories de consommateurs. Sur le plan réglementaire, le vrac doit naviguer à travers des exigences strictes, telles qu'une liste des produits interdits en vrac établie par le décret n° 2023-837 du 30 août 2023, comprenant, en application du droit de l'Union européenne, des produits tels que tous les laits traités (pasteurisés, UHT, etc.), les produits surgelés, les compléments alimentaires, et les produits d'alimentation infantile. Cette liste de produits interdits aura vocation à diminuer sous l'impulsion des actions de lobbying menées au niveau européen par l'association Réseau Vrac et Réemploi. Le décret précité liste également les produits autorisés à la vente en vrac en libre-service, mais sous la condition d'être vendus au moyen d'un « dispositif de distribution adapté », tels que les denrées alimentaires très périssables, les produits cosmétiques et détergents.

Les équipementiers vrac innovent et offrent une diversité de solutions sur le marché, englobant des dispositifs tels que les bacs à pelle, les trémies pour les produits secs, ainsi que les fontaines pour le vrac liquide, qu'il s'agisse de produits détergents, cosmétiques ou alimentaires. Ces fontaines se caractérisent par des technologies plus ou moins low tech, selon la disponibilité et le niveau de formation des membres du personnel en magasin, pour répondre aux exigences en matière d'hygiène, de traçabilité, d'information du consommateur et de contrôle métrologique des quantités. D'autres solutions telles que des applications de traçabilité et d'étiquetage pour les magasins et/ou les consommateurs,

des logiciels de caisse ou des systèmes de pesée/tare viennent compléter la gamme des équipements vrac, et continuent à développer des nouvelles fonctionnalités pour répondre aux différents enjeux.

Les opportunités face aux défis passés

La résilience du marché

Malgré les défis passés rencontrés, le marché des équipements vrac a démontré une résilience remarquable. Après une période de croissance suivie d'une pause due à la pandémie de Covid-19, ce qui a fragilisé ces acteurs avec des baisses de chiffre d'affaires allant jusqu'à 70 % pour certains, les acteurs du secteur connaissent à présent un regain d'intérêt pour le vrac, annonciateur d'une reprise durable. Bien que certains aient dû faire face à des ajustements difficiles, la tendance globale montre une stabilisation voire une augmentation de la fréquentation dans les commerces spécialisés vrac, signalant ainsi un retour progressif à la croissance.

Chiffres clés

85 %

Des commerces adhérents de Réseau Vrac et Réemploi notent une stabilisation ou une hausse de la fréquentation journalière dans les commerces vrac sur juillet-décembre **2023** (vs même période en **2022**, dont la proportion s'élevait à 58 %)⁸.

Les acteurs interrogés ont installé en tout **plus de 30 000** équipements de vrac sur l'ensemble du territoire français et ce depuis déjà 2011.

Il est difficile de quantifier les volumes de ventes des équipementiers en 2023 et ce pour deux raisons principales évoquées précédemment :

- D'abord, les magasins déjà équipés le sont souvent pour des années, les acteurs interrogés ont installé en tout plus de 30 000 équipements de vrac sur l'ensemble du territoire français et ce depuis déjà 2011.
- Ensuite car l'année 2023 a été marquée par une pause due à la pandémie de Covid-19.

L'innovation dans les habitudes de consommation

Le vrac introduit une rupture dans les habitudes de consommation, et continue de faire face à divers enjeux. Certains rayons vrac, en fonction des circuits de distribution, peuvent être perçus comme peu hygiéniques, complexes et peu attrayants pour les consommateurs, tandis que leur gestion représente une organisation à part entière pour les points de vente, en raison notamment d'une nécessité de formation du personnel, du risque de vol ou d'abandon des produits par le consommateur (ce qu'on appelle « la démarque ») en GMS notamment. Certains distributeurs ont ainsi opté pour des solutions plus high-tech et sécurisées pour répondre à ces enjeux, cependant créant des solutions chères et complexes à l'usage.



Les axes d'amélioration

Pour progresser dans l'adoption du vrac, plusieurs axes d'amélioration sont à considérer :

La simplification de l'expérience consommateur

Il est crucial de simplifier l'expérience du consommateur en créant un parcours d'achat le plus simple et pratique – éviter les systèmes trop complexes – tout en répondant aux contraintes réglementaires. Cette démarche nécessite la mise à disposition de membres du personnel formés et dédiés à l'accompagnement du consommateur, une diversification de l'offre, ce qui est au cœur de la réflexion de la coalition Défi vrac, et un besoin de standardisation, ce que l'on retrouve dans les travaux de En Avant Vrac. Enfin des travaux de standardisation des emballages réemployables en particulier pour les produits non alimentaires vrac sont attendus. Les acteurs de la vente en vrac sont cependant sur la bonne voie puisque d'après une étude réalisée en 2021, 86 % des consommateurs interrogés jugent que le concept de meuble dédié au vrac est une « très bonne idée ». Ils plébiscitent la cohabitation des meubles bio et non bio dans un rayon unique, notamment parmi les acheteurs de vrac habitués au bio qui apprécient la possibilité de comparaison et de choix⁹.

L'adaptation aux exigences du vrac

Il est essentiel de travailler sur l'adaptation du service en magasin, et plus particulièrement en GMS, afin de s'adapter aux exigences de la vente en vrac. Le rayon vrac est un rayon vivant et technique, voire à risque sur des produits tels que les produits détergents. Il nécessite ainsi un personnel dédié et formé pour assurer la bonne gestion et sécuriser le rayon vrac, ou alors la mise en place d'équipements plus high-tech (automatisés sécurisés) pour garantir cette sécurité, mais qui peuvent constituer un frein en termes de prix notamment, pour le consommateur.

De plus, l'implémentation d'outils pour faciliter le tarage et la comptabilisation des emballages, ainsi que d'outils de métrologie légale pour mesurer les quantités doit être optimisée afin de simplifier le parcours consommateur notamment en GMS.

La gestion des emballages en amont de la chaîne

Il convient de reconnaître qu'à date le vrac réduit les déchets d'emballages ménagers, mais pas forcément les déchets d'emballages industriels et commerciaux en amont (entre les fournisseurs et les distributeurs). En effet, dans la chaîne du vrac, les produits sont souvent livrés aux points de vente dans des grands conditionnements (souvent) à usage unique adaptés à ce mode de vente, ce qui maintient l'existence d'emballages jetables secondaires et tertiaires en amont de la chaîne. Pour maximiser l'impact environnemental du vrac, il est nécessaire d'explorer des solutions visant à réduire l'usage unique de ces emballages tout au long de la chaîne d'approvisionnement, c'est notamment l'un des objectifs des travaux de En Avant Vrac.



⁹ Citeo, Iléc, Étude Vrac, Action Plus (2021).



5. Les metteurs en marché de produits de grande consommation



Acteurs clés de cette évolution, les metteurs en marché de produits de grande consommation (PGC) naviguent encore entre les phases d'exploration et de consolidation avec plus de 45 metteurs en marché accompagnés par les éco-organismes dans le cadre des appels à projets 2023. Les premières mises en marché de produits dans le domaine du vrac et du réemploi ont souvent pris la forme d'expérimentations, menées à travers des coalitions ou des initiatives individuelles. Ces expériences ont permis de tester différents modèles et d'appréhender les fonctionnements opérationnel, économique et logistique associés à ces nouveaux modèles. À ce stade, les communications de marque concernant le passage à l'échelle pour les produits de grande consommation se font rares. Cependant, des progrès significatifs sont observés dans le secteur des cafés, hôtels et restaurants, un circuit historiquement actif en matière de réemploi. Par exemple, Coca-Cola France a récemment introduit un nouveau format de 25 cl en verre consigné, valable pour l'ensemble de ses marques.

Il est important de noter que des données quantitatives significatives n'ont pas pu être agrégées en raison de la disparité des niveaux de maturité entre les acteurs du marché. Les initiatives de réemploi (avec ou sans consigne) et de vrac sont menées à l'échelle de tests et d'expérimentations locales et nationales, comme le montre la répartition des appels à projets réemploi réalisés par les éco-organismes en 2023, sans déploiement postérieur dans la plupart des cas à ce stade. Cependant, nous observons une structuration croissante des entreprises dans ce domaine, utilisant les expérimentations comme levier pour dresser des premiers apprentissages et des projections notamment sur la création d'emplois en France et sur la création de ressources entièrement dédiées à la gestion de ces nouveaux modèles économiques. Cette dynamique est d'ailleurs déjà engagée pour certains, avec la création de postes dédiés au décryptage réglementaire et à la mise en place d'une stratégie pour le développement de la filière du réemploi.

Initiatives mises en place dans le domaine du vrac ou du préemballé dans des emballages réemployables

Les metteurs en marché ont exploré diverses approches, que ce soit dans le domaine du vrac ou du préemballé dans des emballages réemployables.



Initiatives liées au préemballé dans des emballages réemployables

Le préemballé offre un geste d'achat plus familier pour les consommateurs que le vrac, et leur permet de sélectionner les produits en suivant leurs habitudes d'achat actuelles. Selon 60 % des foyers interrogés, la facilité d'évaluation du prix du paquet, la possibilité de voir la marque, la garantie de qualité et d'hygiène, sont parmi les raisons principales de privilégier le préemballé réemployable au vrac¹⁰. Les produits que l'on trouve le plus en préemballé réemployable à date sont les boissons, dans des bouteilles réemployées de la gamme de Réseau Vrac et Réemploi ou dans des emballages iconiques/propriétaires des metteurs en marché. Des solutions sont en cours de développement pour améliorer le merchandising, notamment à travers l'utilisation de packagings digitaux (par exemple des QR Codes). De plus, de nombreuses initiatives ont été lancées par des metteurs en marché (Coca-Cola, Ferrero, Danone, Nestlé, etc.) pour tester des emballages réemployables iconiques – de la vente au lavage, en passant par la collecte.

En 2023, pas moins de 161 projets orientés vers le réemploi ont été distingués lors des appels à projets de Citeo et Léko.

Cette sélection diversifiée rassemble une multitude d'acteurs, depuis les fournisseurs d'emballages jusqu'aux opérateurs, en passant par les metteurs en marché et les distributeurs. Les expérimentations et projets en cours, qu'ils soient menés à l'échelle locale ou nationale, embrassent une large gamme de sujets liés au réemploi ou au vrac. Parmi ces initiatives, nous retrouvons notamment le développement de gammes d'emballages réemployables destinées à la vente en magasin et à la livraison, le développement d'une consigne monétaire sur une variété d'emballages en verre, plastique et inox, la réalisation d'analyses de cycle de vie comparatives des différents matériaux utilisés pour les emballages réemployables, des études techniques approfondies sur les processus de lavage de nouveaux emballages, l'élaboration et la conception de prototypes de RVM, ainsi que des recherches approfondies sur les habitudes et préférences des consommateurs en matière de réemploi et de vrac. Cette diversité d'acteurs impliqués témoigne de l'engagement croissant de l'industrie à promouvoir des pratiques durables et à repenser la gestion des emballages dans une optique de circularité.



¹⁰ Nielsen IQ, Le Vrac en 2023 (2024).





Initiatives dans le vrac

Certains projets ont mis en place des systèmes innovants – qui peuvent aussi s'avérer complexes à l'usage – pour répondre à des contraintes réglementaires, notamment pour les denrées très périssables, les produits cosmétiques et les détergents.

L'une de ces contraintes concerne le contrôle métrologique de la quantité de produit. C'est une très ancienne ordonnance n° 45-2405 du 18 octobre 1945 relative au mesurage du volume des liquides, qui impose que les volumes de liquides déterminés lors de transactions commerciales soient mesurés au moyen d'instruments de mesure légaux, voire de bouteilles récipients-mesure (BRM). En pratique, pour contourner cette contrainte, les liquides sont vendus au poids via les balances homologuées disponibles dans les commerces spécialisés vrac ou bio, mais cette solution n'est pas adaptée en GMS qui ne dispose pas toujours de balances homologuées dans le rayon vrac. En GMS, la solution consiste donc à vendre les produits liquides à l'unité, et non au poids ou au volume, ou bien à tester des équipements intégrant des dispositifs de mesure homologués.

D'autres produits tels que les denrées alimentaires très périssables, les produits cosmétiques ou détergents peuvent être vendus en vrac en libre-service, au moyen d'un « dispositif de distribution adapté » (notion issue du décret vrac de 2023 précité) qui doit garantir la conservation, l'hygiène et la traçabilité du produit, sécuriser l'opération de remplissage et le consommateur. Des travaux réglementaires sont en cours pour préciser les contours pratiques de cette notion, notamment pour la cosmétique.

Dans les commerces spécialisés bio ou vrac, ces garanties sont notamment apportées par un membre du personnel formé et dédié à la gestion du rayon vrac qui peut accompagner le consommateur en cas de besoin. En GMS, il n'y a pas à date de personnel formé et dédié à la gestion du rayon, ce qui oblige ces distributeurs là encore à investir dans des équipements plus automatisés et sécurisés.

Ces solutions automatisées et sécurisées mises en place en GMS peuvent éloigner le consommateur de ce mode de consommation en raison d'un geste d'achat trop compliqué et de prix perçus comme élevés. Par ailleurs, certains produits périssables soumis à une date limite de consommation très courte (ex. les produits laitiers), sont difficiles à vendre en vrac. Les expérimentations dans le vrac qui ont le mieux fonctionné sont celles qui ont porté sur les produits secs (connus par les consommateurs depuis les années 1980) ou les produits cosmétiques en pharmacie (qui bénéficient d'un accompagnement du consommateur via les équipes officinales). Par exemple, l'initiative En Avant Vrac, lancée en octobre 2022 par Perifem, l'Ilec et le Pacte national sur les emballages plastiques et rejoint par de nombreuses entreprises, marques, enseignes et prestataires travaille sur l'identification des solutions permettant d'accélérer la vente en vrac. Concernant des produits moins communément adaptés à la vente en vrac, la coalition Défi vrac rassemblant Bel, Danone et Famille Michaud Apiculteurs travaille sur des expérimentations en GMS afin de rendre le vrac accessible de manière pérenne sur des catégories de produits liquides, semi-visqueux ou tartinables (huile, mayonnaise, miel, yaourt, etc.).

Ainsi, si les metteurs en marché font face à plusieurs enjeux liés au passage de leurs produits préemballés vers le vrac (marketing, conservation, hygiène et traçabilité des rayons vrac, etc.), ils effectuent des expérimentations sur une variété de produits. Ces initiatives croissantes jusqu'en 2023 sont néanmoins rarement déployées à grande échelle en raison

des volumes plus faibles observés que dans le rayon à usage unique, les volumes étant l'une des clés principales de la rentabilité du modèle économique.



Les facteurs clés de succès pour le déploiement d'un système national d'emballages réemployables et de vente en vrac selon les metteurs en marché.

Plusieurs éléments essentiels pour garantir le succès de ce déploiement ont été identifiés :

Investissements adaptés

Pour passer à grande échelle, des investissements significatifs sont nécessaires pour ajuster les infrastructures de production existantes et en développer de nouvelles. Bien que les retours sur investissement puissent sembler incertains au début, l'expérience des acteurs du réemploi, présents depuis des décennies en France et en Allemagne, témoigne de la viabilité à long terme de ce modèle, à condition que tous les acteurs s'engagent ensemble.

Écosystème et infrastructures optimisés

Bien qu'un dispositif national de réemploi basé sur une consigne obligatoire n'existe pas encore, il existe une opportunité de le créer en tirant parti des enseignements des autres pays. Les metteurs en marché soulignent l'importance d'une approche systémique et simple pour faciliter la collecte, le tri, le lavage et la gestion des emballages réemployables. L'harmonisation des pratiques et la mise en place de services communs, tels que ceux proposés par Citeo avec son initiative ReUse, sont essentielles pour assurer l'efficacité et la durabilité de la filière.

Qualité, durabilité et disponibilité des emballages

La qualité et la durabilité des emballages réemployables disponibles sur le marché sont des aspects cruciaux pour les metteurs en marché. Ils insistent sur l'importance d'établir des normes et des critères de qualité uniformes, notamment en ce qui concerne le lavage, afin de garantir la sécurité des produits et la satisfaction des consommateurs. Des gammes d'emballages réemployables standards sont en cours de définition par les éco-organismes conformément à l'article 65 de la loi Agec et les premiers seront disponibles en 2024.

Communication et identité de marque

Le taux d'adoption par les marques des dispositifs de vrac et/ou des emballages réemployables standards est un indicateur clé de réussite. Pour maintenir leur visibilité, plusieurs innovations ont émergé en France et au Royaume-Uni, telles que le projet Go-Unpackaged pour la vente en vrac et les applications de traçabilité permettant aux consommateurs de retrouver toutes les informations sur les produits achetés en vrac. Certains emballages réemployables resteront différents des standards et certaines marques choisiront d'utiliser leurs propres emballages iconiques/propriétaires. Il est important de préciser que des volumes suffisants des différents parcs d'emballages réemployables sont nécessaires pour optimiser le système, que les emballages soient juste réemployables, réemployables standards ou iconiques/propriétaires.

Une logistique et un conditionnement adapté pour la vente en vrac

Également, afin de réduire les pertes dans la distribution du vrac et de garantir un impact environnemental positif, le metteur en marché doit proposer un conditionnement permettant de limiter les pertes. Il est ainsi important de concevoir l'emballage en fonction du contexte et du produit transporté. Aussi, le reconditionnement en amont des points de vente et le suremballage à usage unique doivent être évités.



Une sensibilisation des consommateurs et des soutiens financiers

Enfin, en plus de ces facteurs clés de succès, les metteurs en marché soulignent également la nécessité d'investir dans des efforts d'accompagnement des consommateurs et de soutien financier pour favoriser le passage à grande échelle.

¹¹ Ademe, Panorama et évaluation environnementale du vrac en France : <https://librairie.ademe.fr/consommer-autrement/5064-panorama-et-evaluation-environnementale-du-frac-en-france.html>



6. Les distributeurs de produits de grande consommation



Vers un baromètre économique de la filière du vrac et du réemploi

Les distributeurs jouent un rôle clé dans cette transition vers le vrac et le réemploi. La législation les pousse à explorer les alternatives liées au vrac et les contraint à agir rapidement¹². Le réemploi, bien que poussé par les metteurs en marché qui doivent atteindre les 10 % de réemploi en 2027, reste encore une démarche volontaire pour les distributeurs en France. Mais de nombreuses initiatives sont lancées afin d'anticiper l'entrée en vigueur de la PPWR qui devrait rendre obligatoire la reprise par les distributeurs des emballages réemployables, comme c'est déjà le cas en Allemagne.

Dans cette transition, il est important de souligner la diversité des distributeurs engagés dans la filière du vrac et du réemploi. Quatre types majeurs se distinguent : la grande distribution, les magasins spécialisés bios, les magasins spécialisés vrac et les magasins spécialisés dans le conditionnement et la vente en drive ou en livraison à domicile de PGC en emballages réemployables. Chacun apporte sa propre dynamique et ses spécificités, créant ainsi un paysage commercial varié et en constante évolution. Initialement en plein essor jusqu'en 2020, aujourd'hui, le marché reste concentré dans les commerces spécialisés vrac et bio, qui assurent 71 % des dépenses totales dans le vrac et le réemploi¹³.

La grande distribution

La grande distribution exprime une attente croissante envers les fournisseurs, les incitant à développer des gammes de produits vrac et à intégrer davantage de marques nationales ou de MDD (marque de distributeur) dans ses rayons vrac. Ce besoin émane également de la nécessité de fournir une offre complète aux consommateurs, à travers une expérience d'achat simplifiée, au sein de rayons optimisés. Certaines offres vrac sont bien installées en magasin et le réemploi est déjà en test notamment sur le frais emballé et les rayons traditionnels. Cette dynamique est amenée à évoluer dans les prochaines années.

Chiffres clés



36

Nombre moyen de **références vrac** en 2023 chez les acteurs interrogés



11

Nombre moyen de **références réemploi** en 2023 chez les acteurs interrogés

Motivation pour le passage au vrac et au réemploi

La grande distribution est motivée par deux objectifs principaux dans sa démarche vers le vrac et le réemploi :

Tester et anticiper le marché émergent

La part de la population achetant en vrac (hors fruits et légumes) a été fluctuante, elle a chuté de 10 points entre décembre 2019 et décembre 2023, passant de 40 à 30 %¹⁴. Les distributeurs s'adaptent et mènent des expérimentations sur des petits périmètres pour mieux appréhender les attentes et les besoins du marché. Cette approche leur permet d'anticiper les évolutions de la demande des consommateurs et d'ajuster leur offre en conséquence. En comprenant les attentes et les comportements des consommateurs, les distributeurs pourront prendre des décisions stratégiques éclairées pour rester compétitifs sur le marché.

Répondre à la sensibilité des nouvelles générations

Face à la sensibilisation croissante des nouvelles générations aux enjeux environnementaux, les distributeurs cherchent à aligner leur offre sur ces préoccupations. Cette volonté d'adaptation reflète leur engagement à rester pertinents et attractifs pour les consommateurs soucieux de l'impact environnemental de leurs achats même si l'attractivité de l'offre et du prix en elle-même reste l'un des principaux leviers de conviction des consommateurs.

Chiffres clés



75

Nombre total de **points de collecte** installés en magasin en France pour les acteurs interrogés



39

Dont nombre de **RVM installées** en magasin en France pour les acteurs interrogés

¹² Article 23 de la loi Climat et Résilience qui impose aux commerces de plus de 400 m² de dédier d'ici 2030 au moins 20% de sa surface de vente aux produits sans emballage, y compris en vrac. Un décret d'application est en cours de préparation.

¹³ Gaëlle le Floch, directrice stratégique insight de Kantar Worldpanel

¹⁴ Nielsen IQ, Le Vrac en 2023 (2024)





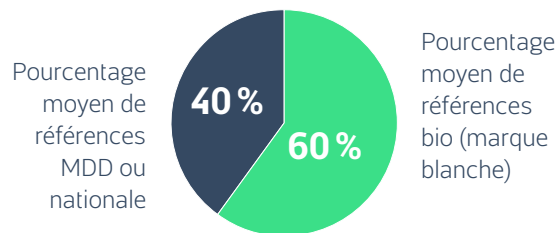
Opportunités pour développer le vrac

Bien que certains enjeux persistent, le développement du vrac dans les grandes surfaces est porteur d'opportunités :

Prix et offre

Une étude comparative des prix de différents produits vendus en vrac par rapport à leurs versions préemballées montre que le bio domine largement dans le panel des produits vendus aujourd'hui en vrac¹⁵. En ce qui concerne ce type de produits, le vrac est de 4 % à 22 % moins cher que le préemballé. Ce constat s'inverse dès lors que l'on compare des produits dits conventionnels, c'est-à-dire non bio. Pour rendre le vrac plus attractif pour les consommateurs, il est nécessaire de proposer des prix compétitifs (79 % des consommateurs font plus attention à leurs dépenses en raison de l'inflation¹⁶), d'inclure des marques nationales et des MDD dans l'offre, et d'expliquer les bénéfices environnementaux au consommateur. 20 % des consommateurs préfèrent privilégier les produits à marques de distributeurs (MDD), perçues comme offrant de meilleurs prix¹⁷ et selon 75 % des personnes interrogées dans le cadre d'une étude datée de 2021, la présence des marques est considérée comme un gage de qualité qui inspire confiance, car elle rassure notamment sur l'origine du produit¹⁸.

Chiffres clés



Gestion logistique en magasin et formation du personnel

Les grandes surfaces sont confrontées à un défi particulier en ce qui concerne l'approche de la gestion des rayons vrac, car il s'agit d'un rayon en libre-service, mais dont les produits ne sont pas préemballés. **À mi-chemin entre le rayon à la coupe et l'emballé en libre-service, le rayon vrac demande une adaptation nouvelle et exigeante.** Les expérimentations montrent également des difficultés pour le consommateur lors de son achat de produits en vrac, à estimer les quantités qu'il souhaite réellement acheter, pouvant conduire à du gaspillage alimentaire (abandon de sachets) ou des ruptures de stock. Pour relever ces défis, les distributeurs doivent optimiser leurs processus de gestion en magasin et accorder une attention particulière à la formation et à la disponibilité de leur personnel.

Optimisation des modèles

L'absence d'harmonisation entre les enseignes concernant la disposition du rayon vrac rend le processus parcours d'achat plus difficile pour les consommateurs. De plus, l'offre limitée et la diversité restreinte des produits proposés, notamment en marques nationales, ajoutent de la complexité, obligeant le consommateur à compléter ses achats vrac dans les rayons préemballés traditionnels.

Par ailleurs, les initiatives telles que En Avant Vrac offrent une plateforme pour explorer des solutions standardisées novatrices visant à réduire les pertes, à simplifier la gestion des équipements et à garantir des conditions optimales d'hygiène et de sécurité pour les consommateurs. En investissant dans ces efforts d'optimisation, les distributeurs peuvent améliorer leur efficacité opérationnelle et offrir une expérience client améliorée et enrichie dans leurs rayons vrac, tout en les rassurant sur les inquiétudes que certains peuvent avoir, notamment au niveau de l'hygiène et de la traçabilité.

Simplification en caisse

La gestion des emballages réemployables domestiques apportés par les consommateurs pour être remplis au point de vente dans le cadre de la vente en vrac, constitue un défi technique à standardiser. En développant des solutions efficaces pour le pesage, le tarage et l'étiquetage des produits vrac en rayon et/ou en caisse, il est possible de simplifier le processus d'achat et d'encourager davantage l'adoption du vrac.

¹⁵ Ademe, Analyse comparative des prix de produits vendus en vrac vs préemballé (2021).

¹⁶ Nielsen IQ, Consumer Outlook du mois de juin 2022 (2022).

¹⁷ Nielsen IQ, Consumer Outlook du mois de juin 2022 (2022).

¹⁸ Citeo, Illec, Étude Vrac, Action Plus (2021).





Avancées réglementaires

En ce qui concerne les objectifs de 20 % de surface de vente pour le non-emballé, y compris le vrac à l'horizon 2030 pour les commerces de plus de 400 m², l'annonce prochaine du décret d'application de cette obligation légale constitue une avancée positive. Ce décret clarifiera les méthodes de calcul et les critères d'inclusion des différents types de rayons, offrant ainsi une orientation claire aux distributeurs pour une mise en œuvre efficace.

Pour les commerces de moins de 400 m², l'article 23 de la loi Climat et résilience prévoit qu'un arrêté fixe le cadre d'une expérimentation pour identifier et lever les freins au développement du vrac.



Opportunités pour développer le réemploi

En ce qui concerne l'essor du réemploi dans les grandes surfaces, plusieurs pistes sont à suivre :

Collaboration collective et financement

Pour faire progresser le réemploi, une approche collaborative entre les industriels, les distributeurs et les opérateurs de réemploi est essentielle pour générer des volumes constants et interopérables et réduire les coûts associés. Cependant, au niveau industriel, les expérimentations temporaires et à petite échelle restent prédominantes.

Le système de collecte est hétérogène et basé sur le volontariat en raison de l'absence à date d'obligation légale de reprise des emballages pour les distributeurs en France, ne facilitant donc pas le geste retour du consommateur qui ne peut pas à ce jour rapporter ses emballages consignés chez n'importe quel distributeur.

De plus, le financement des équipements de collecte représente un défi majeur pour ces acteurs de la grande distribution.

Adaptation des habitudes des consommateurs

La transition vers de nouvelles pratiques d'achat, telles que le réemploi, requiert un changement de comportement de la part des consommateurs. Les distributeurs doivent donc investir dans des dispositifs de sensibilisation et de

communication pour faciliter cette transition en plus du travail de fond nécessaire pour rendre l'offre attractive et montrer ses bénéfices. Par exemple, la communication en magasin sur les emballages consignés joue un rôle clé pour améliorer le taux de retour des emballages.

Gestion logistique et comptable en magasin

La mise en place du réemploi en magasin peut rompre avec la logistique actuelle pour certains distributeurs, notamment en termes d'espace disponible pour installer les équipements nécessaires ou pour organiser la collecte et la déconsignation des emballages réemployables.

Les logiciels de caisse des points de vente doivent également faire l'objet de nouveaux développements notamment pour intégrer le traitement comptable et fiscal de la consigne monétaire (les montants de consigne n'étant pas soumis à TVA) et la comptabilisation des emballages réemployables.

Absence d'obligation légale de reprise des emballages

Actuellement, la collecte des emballages par les distributeurs reste une initiative volontaire, limitant ainsi le nombre de distributeurs engagés dans cette démarche.



Les magasins spécialisés bios

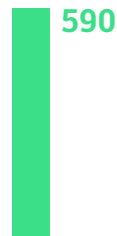
Pionniers de la vente en vrac depuis plus de 30 ans, et du réemploi, depuis quelques années, ils orientent leur stratégie principalement vers la réduction des déchets d'emballages et les produits sous signes de qualité, avec une vision claire de basculer une part importante de leur chiffre d'affaires vers ces modes de distribution durables. Une grande enseigne nous confiait que la vente en vrac constitue 36 % de son chiffre d'affaires (incluant les rayons libre-service de PGC, y compris les fruits et légumes, et les rayons traditionnels en service assisté tels que boucherie, poissonnerie, crèmerie, etc.). Même si cette proportion stagne depuis plusieurs mois, l'objectif est d'accroître cette part à 50 %, ce qui démontre son engagement pionnier vers une consommation plus durable et la réduction des déchets d'emballage.

Quant au réemploi, certains spécialistes du bio le testent encore de manière limitée, à un niveau local, grâce à l'accompagnement proposé par les opérateurs de réemploi qui, dans l'attente des emballages standards officiels, ont mis en place via l'association Réseau Vrac et Réemploi, un dispositif mutualisé de réemploi basé sur une gamme de bouteilles réemployées identifiées par un pictogramme apposé sur l'étiquette de l'emballage. Actuellement, dans les rayons de ces distributeurs, les produits les plus représentés en réemploi sont les bouteilles en verre de boissons (vins, bières, softs, etc.), avec une perspective d'expansion vers d'autres catégories de produits y compris d'épicerie. La mise en œuvre de la consigne, bien que souvent présente à l'échelle régionale, n'est pas encore obligatoire ni harmonisée au niveau national, laissant entrevoir des opportunités de développement dans ce domaine.

Par ailleurs, chaque unité d'emballage réemployable collectée engendre des frais supplémentaires liés par exemple au transport, au lavage ou au tri par les opérateurs du réemploi. Afin de surmonter cet impact coût, il est impératif d'explorer des actions visant à les réduire, tout en augmentant les volumes collectés.

Chiffres clés

Références

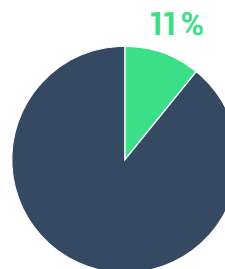


Nombre moyen de références **vrac** en 2023 chez les acteurs interrogés



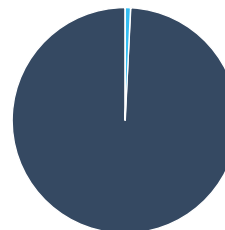
Nombre moyen de références **réemploi** en 2023 chez les acteurs interrogés

CA



Part moyenne du vrac en % sur le chiffre d'affaires global en France en 2023 chez les acteurs interrogés

<1%



Part moyenne du réemploi en % sur le chiffre d'affaires global en France en 2023 chez les acteurs interrogés

Collecte

450

Nombre total de points de collectes installés en magasins en France pour les acteurs interrogés

5 000 000

Nombre d'emballages collectés en 2023 en France pour les acteurs interrogés

47 %

Taux de retour moyen des emballages en 2023 chez les acteurs interrogés spécialisés bios



Les magasins spécialisés vrac

Ces derniers ont connu une expansion significative ces dernières années, atteignant un total de 878 magasins en juin 2023, malgré la fermeture de plusieurs établissements en raison des répercussions de la crise sanitaire et de l'inflation. Certaines limites entravent leur pleine expansion. Le rayon vrac demande une gestion continue et d'importantes ressources humaines : le personnel en magasin doit être formé pour gérer les stocks, la traçabilité, l'étiquetage des produits, ou encore l'hygiène (lutte contre les nuisibles,

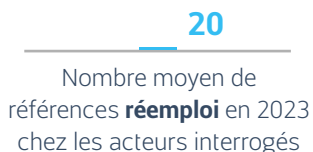
nettoyage des silos, etc.). De plus, certains produits, tels que les denrées alimentaires très périssables à consommer rapidement, ne se prêtent pas toujours facilement à la vente en vrac en libre-service, ce qui limite la diversité des produits proposés en vrac en libre-service et peut affecter l'expérience d'achat des consommateurs. **Le fait de compléter la gamme de produits vrac par des produits préemballés dans des emballages réemployables est un moyen de lever ces freins.**

L'offre de produits préemballés en emballages réemployables (consignés ou non) peine cependant à se développer

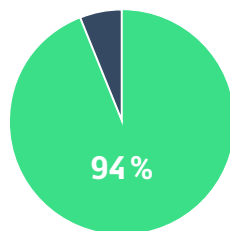
dans ces magasins pour plusieurs raisons. L'absence d'infrastructures et de processus communs de stockage et de reprise des emballages réemployables usagés entraîne des coûts et des complexités logistiques supplémentaires, pour ces petits commerces. Certains se regroupent pour stocker les emballages sales dans l'attente de leur collecte. De plus, les automates de récupération des emballages (RVM) actuels ne sont pas adaptés aux magasins de petite taille, qui utilisent plutôt des systèmes manuels avec scannage par des douchettes.

Chiffres clés

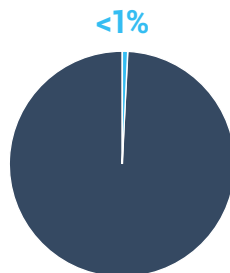
Références



CA



Part moyenne du **vrac** en % sur le chiffre d'affaires global en France en 2023 chez les acteurs interrogés



Part moyenne du **réemploi** en % sur le chiffre d'affaires global en France en 2023 chez les acteurs interrogés

Collecte

46
Nombre total de points de collecte installés en magasins en France pour les acteurs interrogés

36 000
Nombre d'emballages collectés en 2023 en France pour les acteurs interrogés

35 %
Taux de retour moyen des emballages en 2023 chez les acteurs interrogés





Les commerces spécialisés dans le conditionnement et la vente en drive ou en livraison à domicile de PGC en emballages réemployables

De manière générale, toutes les formes d'achat en ligne et de livraison pour les produits en vrac ou préemballés sont une pratique qui représente 11,3 % des achats de PGC des Français en 2022¹⁹, illustrant le potentiel de ce canal de distribution.

De nouveaux modèles économiques tels que les commerces spécialisés dans le conditionnement et la vente en drive de PGC en emballages réemployables ont émergé pour lever les freins associés à la vente en vrac, offrant ainsi une solution alternative pour surmonter certains obstacles. Ces modèles visent à simplifier la gestion du retour des emballages réemployables par les consommateurs, notamment en leur évitant l'effort supplémentaire de les laver et de les remplir. Cela réduit également la complexité des chaînes logistiques en intégrant ces opérations (lavage, remplissage) en interne chez le distributeur (et non pas chez le consommateur) qui doit dans ce cas être équipé pour ces opérations. Dans ces commerces, la collecte des contenants réemployables est souvent réalisée via des casiers à l'entrée du drive. On constate un taux de retour accru des emballages par les consommateurs dans ces drives.

Par ailleurs, de récents acteurs spécialisés proposent aujourd'hui en livraison à domicile des produits, notamment à marque, tels que des boissons, des produits d'épicerie et même de cosmétiques et de détergents conditionnés en emballages réemployables, avec pour objectif principal

de rendre le réemploi accessible au plus grand nombre, avec moins de contrainte. Cette simplicité de gestion pour le consommateur se traduit par un taux de retour des emballages entre 80 % et 97 % selon le type d'emballages (une bouteille de jus est plus vite consommée qu'un pot de féculents) avec l'application d'une consigne monétaire, d'après les spécialistes interrogés. Leur stratégie d'implantation géographique, est le fruit d'une analyse approfondie des profils de populations locales, incluant les revenus, les tendances de consommation et l'âge des habitants de ces régions. Les consommateurs, bien que favorables au concept, demeurent sensibles au prix et ne soutiendront pas des coûts excessifs. Par conséquent, l'industrialisation de la filière est essentielle pour atteindre des volumes plus importants. Par ailleurs, le maintien de marques reconnues est crucial pour assurer la pérennité de leur système, car les consommateurs sont attachés à leurs marques établies et rassurantes. Pour soutenir leur croissance et leur expansion, certaines de ces entreprises ont réussi à lever des fonds considérables.



Chiffres clés

Références

1 517

Nombre moyen de références réemploi en 2023 chez les acteurs interrogés

CA

Tous les acteurs de la livraison à domicile interrogés ont moins de **5 ans** d'existence sur le marché

Collecte

87 %

Taux de retour moyen des emballages en 2023 chez les acteurs interrogés

10 000

Nombre d'emballages collectés en 2023 en France pour les acteurs interrogés

¹⁹ Nielsen IQ, Plus vite, plus haut : la livraison alimentaire à domicile se renforce encore en 2022 (2022).





7. Les opérateurs du réemploi



Vers un baromètre économique de la filière du vrac et du réemploi

Un grand nombre d'opérateurs de réemploi ont lancé leur activité entre 2018 et 2022, confiants dans les objectifs réglementaires de réemploi fixés par les lois Agec et Climat et Résilience, et témoignant d'un secteur engagé et dynamique qui se développe.

L'organisation des opérateurs du réemploi

Le maillage territorial

Le déploiement de ces acteurs sur le territoire français présente actuellement une certaine hétérogénéité. Des clusters d'activité sont observés, notamment dans le nord de la France, avec une concentration significative en Île-de-France, ainsi que dans le Sud, où l'on retrouve un nombre important d'acteurs en Occitanie et en Auvergne-Rhône-Alpes²⁰. D'autres régions connaissent également un développement accru, telles que l'ouest de la France, en particulier les Pays de la Loire. Bien que la plupart des acteurs interrogés opèrent à l'échelle locale, certains d'entre eux ont l'ambition de se développer à l'échelle nationale.

Chiffres clés

Parmi les opérateurs interrogés, **4** ont renseigné le nombre moyen de km parcourus par les emballages vides usagés, résultant en moyenne à **166 km**.

Cela illustre une disparité dans le maillage du territoire, avec, dans certaines régions, des opérateurs qui doivent encore parcourir jusqu'à **300 km** en moyenne pour opérer la boucle du réemploi.

Les opérateurs de réemploi assurent généralement une collecte régionale et collaborent fréquemment avec des partenaires logistiques pour massifier les flux et développer la reverse logistique. Ils fonctionnent selon un modèle de flux tendu, collectant au maximum à taux plein au niveau des points de collecte (principalement des magasins spécialisés bios), tout en cherchant à optimiser l'utilisation des retours vides grâce à l'exploitation de l'espace disponible dans les camions des partenaires logistiques. Cette approche logistique est actuellement adaptée à des volumes relativement bas.

Ce besoin de massification s'applique également à l'étape clé du lavage.

Chiffre clé

Il existe

60 centres de lavage

en France (selon les acteurs interrogés et la cartographie de l'Ademe)²¹.



Nombre de centres de lavage par région (en unité)



0 6 12

Superficie couverte par un centre de lavage (en km²)



1 001 29 217 57 433

²⁰ Réseau Vrac et Réemploi, Baromètre interne S2 (2023)

²¹ Ademe, Cartographie des centres de lavage d'emballages en France (2023).



L'organisation des activités

Parmi les acteurs interrogés, une grande majorité déclare être engagée dans des activités opérationnelles de gestion liées au réemploi des emballages, telles que la logistique, le tri, la collecte, la massification, le lavage et la traçabilité des flux d'emballages et/ou financiers liés à la consigne monétaire. Bien que chaque acteur n'opère pas nécessairement à tous les niveaux de la chaîne du réemploi, la plupart couvre au moins une partie de ces maillons, ce qui en fait majoritairement des acteurs multimétiers. Cette structuration met en évidence une chaîne de valeur complexe, composée de multiples maillons et caractérisée par une grande diversité. Cela peut constituer un obstacle pour certains acteurs, industriels et distributeurs, désireux de mettre en place une boucle de réemploi. Pour faciliter cette mise en place, une grande majorité des répondants indique également exercer des activités de conseil auprès des producteurs, des distributeurs et des collectivités locales pour les accompagner et les accompagner au mieux dans le passage au réemploi. Dès à présent, les grands industriels et les grands distributeurs expriment le souhait d'avoir une sorte de guichet unique pour les accompagner, et non une pluralité d'acteurs : c'est notamment l'objet du projet ReUse lancé par Citeo.

Les opportunités pour les opérateurs du réemploi

La plupart des opérateurs interrogés reconnaissent que la rentabilité n'est pas encore atteinte. Cependant, la plupart d'entre eux sont des entreprises récemment établies, cela indiquant simplement que la chaîne de valeur du réemploi est encore en phase de développement. Il s'agit donc d'une opportunité pour la filière du réemploi de progresser vers une meilleure rentabilité en passant à une échelle supérieure et en optimisant les coûts.

Chiffre clé

Plus de

80 %

des opérateurs de réemploi existent depuis moins de 5 ans.

L'optimisation des différents maillons de la chaîne

• Optimisation des emballages

Grâce aux standards d'emballages réemployables en cours de définition par les éco-organismes et à la rationalisation des emballages réemployables iconiques, l'avenir proche offre une formidable occasion d'optimiser les flux et d'en favoriser la généralisation.

• Optimisation du transport

Bien que la reverse logistique soit encore en développement, les opérateurs peuvent capitaliser sur des partenariats logistiques dans différentes régions pour consolider les flux d'emballages et réduire les coûts.

• Optimisation du stockage

Sur de petites échelles, les coûts de stockage peuvent être élevés. Cependant, il existe un potentiel réel à exploiter en adoptant une gestion de stocks en flux tendu et en massifiant les flux d'emballages afin d'optimiser ce maillon logistique.

• Optimisation et changement d'échelle du lavage

Pour rentabiliser au mieux les équipements de lavage, il est crucial d'augmenter le volume d'emballages réemployés à laver et de maximiser les campagnes de lavage (période pendant laquelle les équipements de lavage fonctionnent à temps plein car un nombre suffisant d'emballages usagés ont été collectés). Il est également recommandé de

perfectionner les équipements par rapport aux normes de lavage qui tendent à s'harmoniser aux niveaux national et européen.

• Taux de retours des emballages

Bien que le taux de retour actuel puisse varier d'un acteur à l'autre, il est encourageant de constater qu'il existe un potentiel significatif d'amélioration. Les faibles taux de retour observés dans le libre-service en grande surface, sont souvent attribuables à une désinformation du consommateur source de confusion dans l'identification des emballages réemployables. Cela est imputable à divers facteurs tels qu'une communication peu claire en rayon, une absence de marquage de tous les emballages réemployables (hétérogénéité des modèles et formats, non standardisés), l'absence de consigne monétaire. Il est courant de constater des taux de retour plus élevés dans les magasins de proximité ou spécialisés qui pratiquent le réemploi depuis quelques années et dont le personnel bien formé est disponible pour accompagner et sensibiliser le consommateur. L'absence de système de consigne monétaire peut limiter la motivation des consommateurs à retourner les emballages réemployables. 39 % des personnes considérant l'impact environnemental des emballages comme peu important n'ont jamais réalisé de pratique de réemploi alors que ce chiffre passe à seulement 6 % lorsque le consommateur est engagé et considère l'impact environnemental comme très important²².

²² Léko, Circul'R, Appinio, Étude de désirabilité autour du réemploi des emballages (2023).



Chiffre clé

Parmi les acteurs interrogés, on comptabilise un taux de retour moyen d'un emballage à

35 %

tous canaux de vente confondus

L'optimisation des coûts dans la chaîne de valeur du réemploi repose sur la massification et la standardisation, ce qui ouvre la voie à une filière du réemploi plus performante. Bien que le passage à l'échelle puisse prendre du temps, les initiatives actuelles offrent des opportunités concrètes d'amélioration et de croissance pour l'ensemble de l'écosystème du réemploi.

Tirer les bénéfices des crises successives

Il est important de reconnaître l'impact positif que peut avoir le réemploi dans la réduction des coûts logistiques, de la facture énergétique et dans la préservation des ressources. La crise actuelle de l'approvisionnement en verre, notamment due au conflit en Ukraine, met en évidence l'importance cruciale de réemployer les emballages en verre. De même, laver un emballage est moins énergivore que le produire à nouveau. Cette prise de conscience souligne le rôle vital des acteurs du réemploi et met en lumière les opportunités économiques et environnementales que représente cette filière dans le paysage contemporain.

Les solutions prometteuses tout au long de la chaîne de réemploi

Encourager le retour des emballages grâce à la consigne monétaire

Bien qu'une obligation de consigne pour réemploi ait été annoncée en juin 2023 par la secrétaire d'État à la Transition Écologique, Bérangère Couillard, une telle obligation n'a pas vu le jour. Cette mesure visait à introduire une obligation de consigne sur les emballages réemployables en verre pour les

produits alimentaires, tels que les bouteilles, pots à yaourt et bocaux, dans les deux prochaines années. En Allemagne, où une consigne monétaire similaire est en place, associée à une obligation de reprise des emballages pour les distributeurs, des taux élevés de retour d'emballages réemployables, atteignant environ 90 %, sont observés.

Actuellement, de nombreux opérateurs ont volontairement adopté la consigne monétaire pour encourager les consommateurs à rapporter les emballages réemployables. Cette pratique, en attribuant une valeur aux emballages, incite les consommateurs à les retourner. Cependant, en période de crise économique, la consigne monétaire peut constituer un frein pour certains consommateurs, dont les priorités financières peuvent primer sur les considérations environnementales. De plus, les consommateurs peuvent être mécontents du choix de certains distributeurs pour un système de déconsignation sous forme de bon d'achat (qui fidélise le client) plutôt que sous forme de remboursement direct sur la carte bancaire. Certains opérateurs du réemploi testent un modèle de reprise des emballages réemployables avec une gratification monétaire, offrant ainsi une somme d'argent aux consommateurs en échange des emballages retournés. Cependant, ces acteurs reconnaissent les défis à long terme en termes de viabilité économique que ce modèle pourrait poser.

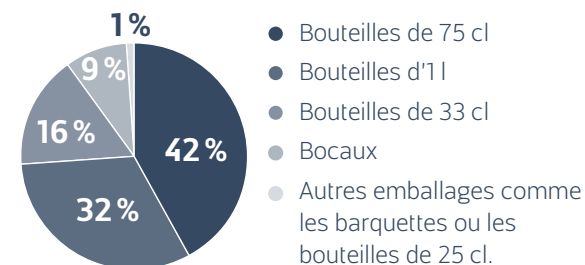
L'harmonisation nationale et réglementaire des valeurs de consigne par type d'emballages et une option de remboursement systématique en valeur monétaire sont nécessaires pour optimiser l'efficacité et faciliter la mise en œuvre de ce dispositif. C'est la mission de la Commission de consignation, créée en 1990 par le Décret n° 90-264 du 23 mars 1990 relatif à la consignation des emballages dans le secteur des liquides alimentaires. Cette Commission « dormante » depuis plusieurs années, est en cours de réactivation notamment dans le cadre du projet ReUse de Citeo.

La diversification et rationalisation du nombre de références des types d'emballages réemployables, pour l'expansion de la filière

Actuellement, l'industrie du réemploi en France se concentre principalement sur les bouteilles en verre, notamment dans les formats de 75 cl, 1 l, et progressivement dans le format de 33 cl. Ces formats, produits par différents verriers, pour certains déclarés réemployables par les verriers et pour d'autres non, sont référencés dans le catalogue de l'association Réseau Vrac et Réemploi et sont associés au pictogramme de l'association. Il est crucial de diversifier davantage et de standardiser les types d'emballages réemployables, en promouvant la diversification vers d'autres types d'emballages tels que les bocaux, les barquettes, et d'autres matériaux tels que le plastique ou l'inox réutilisables, la filière du réemploi peut répondre à une plus grande variété de besoins et de demandes sur le marché, favorisant ainsi leur adoption à grande échelle.

Chiffres clés

Sur les acteurs interrogés, la répartition du type d'emballages réemployables collectés est la suivante :



L'optimisation des systèmes de collecte

Une attention particulière est portée à l'optimisation des systèmes de collecte, cruciale pour rendre la collecte plus efficace et favoriser ainsi l'essor du réemploi à grande échelle. Les opérateurs de réemploi s'efforcent de proposer des solutions de collecte adaptées à chaque point de vente, offrant ainsi une approche personnalisée. Dans les grandes surfaces, le système de collecte via RVM est actuellement largement préféré, tandis que les magasins spécialisés favorisent les systèmes de retours en caisse ou en casier/palox avec un scannage des emballages par douchettes. Bien que la collecte via RVM soit considérée comme efficace, son adoption reste limitée en raison de contraintes d'espace et de coûts. Les systèmes en caisse ou en casier/palox, quant à eux, offrent simplicité et rapidité, bien que leur capacité à gérer et tracer des volumes importants soit limitée et moins automatisée. Ces systèmes nécessitent des équipes bien formées, une logistique organisée et une gestion des flux physiques d'emballages et des flux financiers liés à la consigne monétaire.

L'optimisation de l'étape de lavage

Actuellement, bien que les laveurs disposent de capacités de traitement accrues, les lignes de lavage en France ne sont pas pleinement exploitées. Cela souligne le potentiel significatif d'exploitation maximale des lignes de lavage dès que le marché des emballages réemployables se développera davantage. Les laveurs diversifient leurs sources de revenus via d'autres secteurs comme celui de la restauration, où les volumes d'emballages réemployables sont plus importants et réguliers pour le moment.

Il existe deux principaux systèmes dans les lignes de lavage en France :

- Le **lavage par aspersion**, utilisé pour laver des bocaux et des contenants pour la restauration collective
- Le **lavage par immersion**, utilisé pour laver des bouteilles et commençant à être utilisé de manière expérimentale pour laver les bocaux notamment pour des produits pâteux.

Chiffres clés

3

c'est le nombre moyen de jours par semaine de

8 heures de travail où les usines de lavage (pour les acteurs interrogés) sont en activité.

Chiffres clés

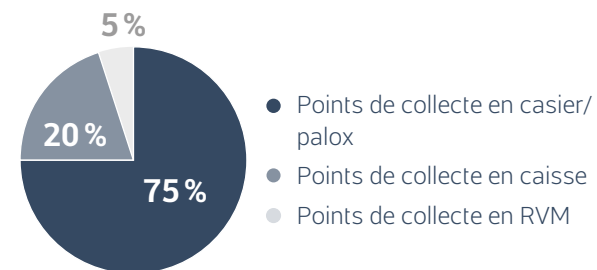
En France, les lignes de lavage par immersion ont en moyenne des capacités maximales de lavage entre

3 500 bouteilles/heure à 10 000 bouteilles/heure

Chiffres clés

Sur les acteurs interrogés, le nombre total de points de collecte en France en 2023 est d'environ **1 000**.

Sur ce total, la répartition des points de collecte est la suivante :



Ces systèmes de collecte sont répartis de la manière suivante selon les acteurs :



Vers un baromètre économique de la filière du vrac et du réemploi

Les opérateurs du réemploi doivent respecter des normes strictes en matière d'hygiène et de sécurité alimentaire pour le lavage des emballages réemployables.

En effet il est essentiel d'avoir une garantie du nettoyage pour les metteurs en marché avec des attendus d'innocuité identiques à ceux de l'usage unique. Des évolutions techniques sont attendues pour la réalisation des contrôles de qualité sur l'intégrité physique des emballages, grâce à des outils de mirage adaptés, avant palettisation pour garantir que l'emballage lavé est conforme, en d'autres termes qu'il présente les mêmes caractéristiques en termes de qualité et de sécurité qu'un emballage neuf. Des études sur ces outils de mirage pour équiper les laveurs sont en cours. Citeo travaille sur un guide de lavage et une grille d'audit afin d'accompagner les acteurs du lavage et du tri sur les différents critères et résultats attendus²³, une partie du financement prévu pour le réemploi en 2024 sera ainsi allouée à la mise en conformité des installations de lavage.

En outre, en plus des avancées dans le développement des systèmes de lavage, d'autres aspects de cette étape doivent être pris en considération. Les intervenants soulignent notamment l'importance de réduire les rejets/rebus post lavage, en traitant la résistance des étiquettes aux machines de lavage industriel par exemple. Grâce aux efforts de sensibilisation et d'accompagnement en amont de la chaîne de valeur du réemploi, des progrès significatifs sont réalisés. L'automatisation croissante des processus de lavage et de tri, avec l'investissement dans des équipements modernes, témoigne de l'engagement continu de tous les acteurs pour améliorer la durabilité et l'efficacité des processus tout au long de la chaîne de valeur du réemploi.

Chiffre clé

4 %

Part moyenne des emballages mis en rejet avant le lavage par les acteurs interrogés


15 %

Part moyenne des emballages mis en rejet après lavage par les acteurs interrogés



²³ Citeo, Guide lavage des emballages alimentaires réemployables en verre (2023).



A person in a dark suit and white shirt is shown from the chest up, pointing their right index finger towards a glowing blue arrow that curves upwards. The arrow is superimposed over a bar chart with several vertical bars of increasing height. The background is a dark blue gradient with faint circular patterns. A large, stylized white arrow graphic is on the right side of the page.

8. Les opportunités et les leviers pour développer la filière





Le marché du vrac et du réemploi attire l'attention, ouvrant la voie à une multitude d'opportunités prometteuses. Les entretiens menés révèlent un enthousiasme généralisé pour cette filière, perçue comme une source inspirante d'avantages multiples. Une dynamique d'expérimentations actives est

palpable, avec des collaborations et des coalitions se formant dans divers secteurs tels que l'alimentaire, la cosmétique, les boissons. Cependant, il est clair que pour concrétiser pleinement ce potentiel, il faut passer à l'échelle pour dégager des volumes. Dans ce contexte dynamique, la présente étude

explore les opportunités de développement identifiées pour faciliter cette transition vers un modèle durable et soutenable sur le long terme.

Les opportunités de développement de la filière du vrac et du réemploi

Opportunités environnementales

D'après une étude réalisée en 2023, 73 % des répondants considèrent l'impact environnemental des emballages des produits comme étant important (45 %) ou très important (28 %) contre 27 % le trouvant faiblement ou modérément important²⁴. Développer la filière du vrac et du réemploi c'est participer au développement d'un marché dont les impacts positifs notamment sur l'environnement sont reconnus par les pouvoirs publics, favorisant une véritable économie circulaire et un système productif plus vertueux dans un contexte d'efforts communs visant à réduire la pression sur nos ressources, à diminuer nos consommations et nos déchets d'emballages.

Opportunités économiques

Développer la filière du vrac et du réemploi c'est participer à un secteur en construction et en expansion, caractérisé par une demande croissante, une résilience accrue grâce à l'économie des ressources et des matériaux, ainsi que des enjeux économiques et d'image significatifs. Actuellement, le réemploi est principalement effectif dans le secteur de la restauration et de l'hôtellerie, mais de nouvelles perspectives émergent dans les domaines de la grande consommation et du e-commerce. Environ 50 % des emballages ménagers sont générés par la grande distribution, ce qui en fait

un acteur clé du réemploi car il a un impact significatif sur la réduction des déchets d'emballages. En 2022, les ventes en ligne ont progressé de 13,8 %, et environ 1 milliard de colis transitent en France chaque année. Le secteur du e-commerce est également un prochain axe de développement pour la filière du réemploi des emballages. De plus, le développement d'un système de réemploi national et mutualisé, basé sur une consigne monétaire, doit permettre aux acteurs d'opérer dans le cadre d'un modèle économique équilibré et soutenable.

Opportunités commerciales

L'adoption du réemploi par les consommateurs varie par typologie de profils. En effet, Le terrain ethnographique a permis d'identifier 6 profils de consommateurs dont la répartition au sein de la population française est équilibrée entre les profils à fort potentiel (49 % pour les antigaspi, les équilibristes et les engagés) et ceux au potentiel jugé plus limité (51 % pour les détachés, vigilants et économes contraints). Ces profils sont définis selon leurs attitudes, leurs perceptions et leurs pratiques vis-à-vis des différentes formes de réemploi. Ainsi, on peut envisager de mobiliser les consommateurs sur le réemploi selon leur potentiel d'adhésion au système²⁵.

Opportunités sociales et industrielles

Revitaliser l'emploi et l'industrie en France sont des potentiels qu'offre la filière du vrac et du réemploi. Le secteur

du vrac, nécessitant entre 30 et 50 % de main-d'œuvre supplémentaire par rapport aux produits préemballés à usage unique ou réemployables, ouvre des perspectives d'emploi locaux accrues dans le pays. Les producteurs d'emballages français peuvent bénéficier largement du réemploi, avec environ 95 % des emballages réemployables en verre fabriqués localement. Les polymères utilisés dans les emballages réemployables en plastique, comme le PBT et le Tritan, sont recyclables en France, stimulant ainsi l'industrie nationale.

Les centres de lavage tournent aujourd'hui à 19 % de leur capacité maximale en volume (comparativement au nombre d'emballages lavables dans les centres déjà existants s'ils tournaient 5 jours/7-8 heures/24 heures), ce qui laisse une marge de développement industriel et de création d'emplois locaux significative. Cette capacité rend également compte des opportunités que représente le réemploi pour tous les autres acteurs de la chaîne de valeur (collecteurs, trieurs, fabricants d'équipements, développeurs de solutions, etc.) puisque chaque maillon est interdépendant. Si parmi les 9 000 emplois à date du vrac et du réemploi en France, environ 700 emplois directs sont attribués aux activités de réemploi chez les acteurs interrogés, une augmentation des capacités de lavages pour atteindre 100 % pourrait représenter des besoins humains avoisinant + 20 000 emplois directs supplémentaires créés.

²⁴ Léko, Circul'R, Appinio, Étude de désirabilité autour du réemploi des emballages (2023).

²⁵ Citeo, Ipsos, Représentations et potentiels d'adhésion au réemploi (2023).



Les principaux leviers pour développer l'offre du vrac et du réemploi

Pour stimuler la croissance de la filière du vrac et du réemploi des emballages, plusieurs défis doivent être relevés avec détermination.

Informier et convaincre les consommateurs sur le vrac

Il a été constaté que les PGC liquides et solides/secs sont bien connus des consommateurs sous format réemployable mais peu dans le cadre de la vente en vrac. A contrario, les textures molles, humides et visqueuses peuvent provoquer des réticences chez les consommateurs – notamment liées à une crainte de perte de goût ou et d'hygiène et principalement fondées sur des croyances et non sur l'expérience industrielle²⁶.

Toutes les populations ont par ailleurs déjà fortement pratiqué le vrac quel que soit leur âge : 91 % chez les 18-30 ans, 88 % pour les 31-50 ans et 83 % pour les plus âgés d'après une étude de 2023²⁷.

Ainsi, pour renforcer le développement du vrac il est indispensable de prendre en compte la perception du consommateur vis-à-vis des produits et de continuer à communiquer au maximum pour informer, rassurer, éduquer et accompagner vers un nouveau geste toutes les générations.

Aider à développer le modèle économique

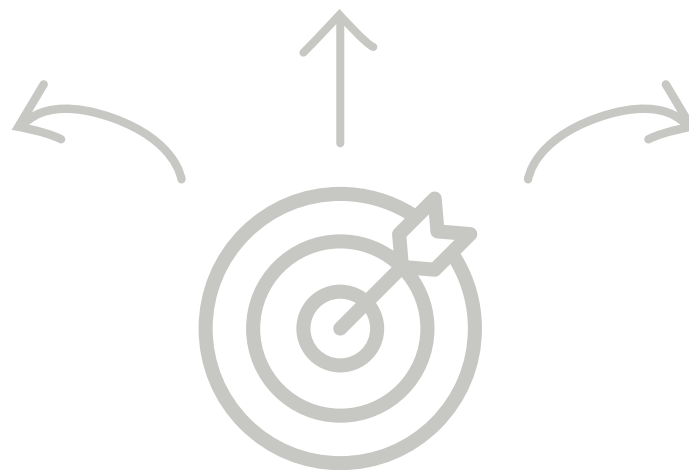
Les activités liées au réemploi requièrent des investissements substantiels pour leur expansion. Actuellement, seuls 17 % des opérateurs de réemploi déclarent être rentables, tandis que plus de 80 % d'entre eux, rencontrent encore des difficultés pour parvenir à une stabilité financière. Cette situation s'explique par le fait qu'il s'agit de jeunes entreprises dans un secteur en émergence. Un soutien financier public et privé est crucial pour favoriser leur croissance et ainsi un passage à l'échelle avec des volumes plus conséquents durant plusieurs années, permettant de pallier les délais nécessaires pour permettre les transformations industrielles et les changements dans les habitudes des consommateurs.

Massifier les flux d'emballages et avoir une réglementation contraignante

Une massification des flux d'emballages via l'implication de tous les acteurs de la chaîne de valeur et une standardisation des emballages réemployables va permettre d'optimiser les coûts, favorisant ainsi l'économie d'échelle. En plus des obligations légales incitatives qui existent déjà, une réglementation contraignante basée sur des contrôles et des sanctions est nécessaire pour favoriser l'implication de tous les acteurs.

Les opportunités d'innovation et d'industrialisation en France grâce au développement de cette filière sont manifestes. Les investissements dans la recherche et le développement, aussi bien chez les producteurs d'emballages que chez les acteurs du réemploi ou les metteurs en marché, ouvrent la voie à de nouvelles solutions et matériaux, consolidant ainsi la position économique de la France sur la scène internationale. Cette perspective offre une voie prometteuse pour dynamiser l'économie française, créer des emplois locaux et stimuler l'innovation industrielle.

Une approche coordonnée impliquant tous les acteurs de la filière, soutenue par des mesures financières, logistiques et réglementaires appropriées, est indispensable pour encourager les efforts déjà fournis par tous les acteurs de la chaîne de valeur du vrac et du réemploi. Avec une impulsion forte des pouvoirs publics, les acteurs du secteur peuvent, en unissant leurs forces, favoriser la transition vers une économie industrielle circulaire et durable, contribuant ainsi à façonner l'avenir de notre société.



²⁶ Citeo, Ipsos, Représentations et potentiels d'adhésion au réemploi (2023).

²⁷ Léko, Circul'R, Appinio, Étude de désirabilité autour du réemploi des emballages (2023).



9. Conclusion et projections de la filière du vrac et du réemploi



La mise sur le marché des offres de vrac et de réemploi a été caractérisée par une collaboration sans précédent entre les metteurs en marché, les distributeurs, les opérateurs, les fournisseurs d'équipements et d'emballages. Cette collaboration a permis un enrichissement mutuel, grâce aux enseignements tirés des expérimentations et des coalitions, en vue de concevoir les modèles économiques de demain.

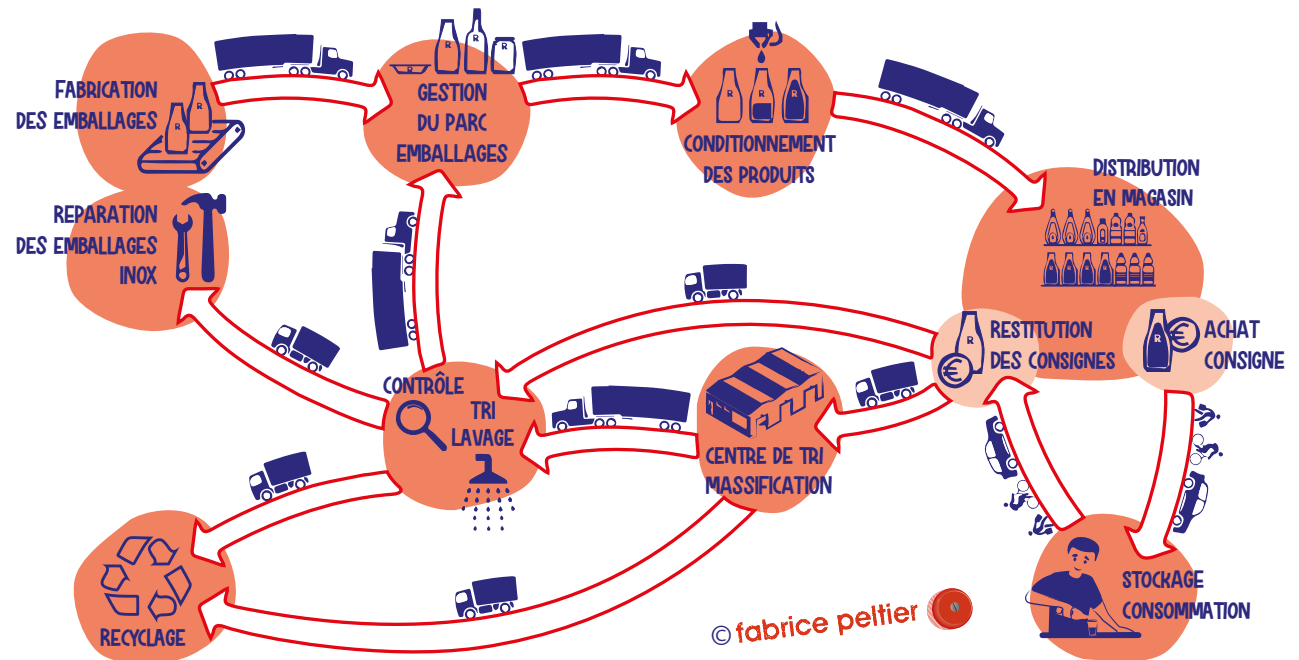
L'année en cours représente un moment décisif et prometteur pour le vrac et le réemploi, avec une perspective positive de reprise de croissance pour le vrac, et des événements marquants entourant les bases essentielles à la consolidation du marché du réemploi des emballages. Parmi ces événements, la première publication en cette fin d'année, des taux de réemploi des emballages pour l'année 2023 par l'Observatoire national du réemploi et de la réutilisation de l'Ademe joue un rôle crucial. Cette publication fournira un point de départ structurant pour la filière, contribuant ainsi à sa maturité et à son développement futur.

L'engagement de tous les acteurs de la chaîne dans le domaine du réemploi est clair, et il est maintenant essentiel de structurer ce nouveau modèle pour clarifier les rôles et responsabilités de chacun. Trois chantiers majeurs sont en cours :

- La recherche de solutions pour garantir un nettoyage efficace des contenants, en mettant l'accent sur des résultats précis et la mise en place de moyens de contrôle appropriés.
- Le travail sur la standardisation des emballages pour accroître les volumes.

- L'organisation de la gestion et de la distribution des parcs d'emballages réemployables : observons ce modèle imaginé par l'expert en emballages, Fabrice Peltier, qui propose d'utiliser un gestionnaire existant de parc d'emballages à usage unique, pour également gérer le parc d'emballages réemployables standards, en réceptionnant les palettes d'emballages réemployables à la fois neufs et lavés, et dont le rôle serait, comme pour les emballages à usage unique, de gérer le stock pour garantir les livraisons chez les metteurs en marché, dans les conditions de qualité, quantité et délais requises.

R





Aborder le réemploi des emballages par le volet économique est fondamental pour que nous puissions enfin voir la courbe de mise en marché des emballages à usage unique décroître. Car l'enjeu sociétal est bien celui-ci : se passer d'une quantité importante d'emballages grâce à la vente en vrac et passer de

l'emballage jetable à l'emballage réemployable, en préservant, voire en accroissant l'intérêt économique de plusieurs filières industrielles, sans faire porter le poids de cette transition sur le consommateur. L'aspect de la maîtrise des coûts est donc essentiel.

Ce baromètre et mes observations sur le terrain, me permettent d'affirmer avec conviction que toutes les conditions sont aujourd'hui réunies pour passer du projet, de l'expérimentation, au déploiement à grande échelle de diverses boucles de réemploi.

En effet, même si certains tronçons sont encore à perfectionner, tous les acteurs de l'écosystème existent pour constituer des boucles efficaces ! Il faut désormais qu'ils puissent se rassembler et collaborer de façon opérationnelle en se concentrant sur le cœur de leur métier et en partant du principe qu'il n'y aura pas un modèle unique, universel. Certaines boucles fonctionnent déjà parfaitement : pour des marchés spécifiques, pour des productions à diffusion locale, etc. Cependant, la boucle qu'attendent avec fébrilité et impatience les industriels de l'agroalimentaire qui

souhaitent s'engager dans le réemploi avec des emballages mutualisés, semble plus complexe à mettre en place. Quoi de plus normal, vu les enjeux techniques et économiques que celle-ci représente, ainsi que le nombre et la diversité des acteurs qui vont la constituer. Toutefois, nous n'avons pas besoin de « réinventer la roue ». Les emballages réemployables mutualisés **R** que j'ai conçus avec Citeo ont les mêmes caractéristiques d'industrialisation que celles des emballages à usage unique qu'utilisent la majorité des metteurs en marché. Vides, ils sont palettisés de la même façon, ils passent sur les mêmes lignes de remplissage et de bouchage, avec un minimum de temps d'arrêt entre les cycles de production ; ils sont regroupés et conditionnés de la même façon en fin de ligne pour être livrés aux distributeurs. Ainsi, pour l'industriel, qui les utilise, les opérations sont les mêmes que celles qu'il pratique avec l'usage unique. Il ne s'agit pour lui que d'une nouvelle référence à commander, à remplir et mettre sur le marché. Dans ce contexte, organiser la gestion et la distribution des emballages réemployables par un opérateur qui livre quotidiennement les emballages à usage unique trouve tout son sens, tant sur le plan économique, qu'écologique pour optimiser la boucle. C'est l'objet du schéma opérationnel que je recommande.

Ce schéma propose aux metteurs en marché qui le souhaitent de disposer rapidement d'emballages réemployables **R** et d'autres emballages certifiés réemployables, sans nécessairement figer le dispositif et sa gouvernance. Pour gérer le parc d'emballages réemployables, il utilise un fournisseur d'emballages à usage unique qui livre déjà les industriels. **Celui-ci n'a juste qu'à collaborer et se connecter avec une seconde source d'approvisionnement d'emballages : celle en provenance des laveurs.** Ce

gestionnaire de parc, dont les entrepôts sont déjà existants selon un maillage territorial proche des sites de production, doit néanmoins se doter de compétences et d'outils qui, en fonction des spécificités du réemploi, lui feraient défaut. Toutefois, son activité reste identique à celle qu'il pratique aujourd'hui pour assurer un service et un approvisionnement « zéro rupture » aux industriels et il leur offre de plus, la possibilité de panacher usage unique et réemploi pour optimiser leurs commandes et maîtriser les coûts.

En ce qui concerne les phases de consigne, déconsigne, récupération et acheminement des emballages vers le tri, le lavage, le contrôle, **ce baromètre montre que les acteurs sont prêts avec des solutions diverses. Il nous reste à mailler tout cela en bonne intelligence, sans figer les choses et en se donnant la possibilité d'une pluralité de solutions**, pour que la ou les meilleures puissent s'imposer naturellement avec la pratique d'utilisation du dispositif. C'est le défi que je vous propose de relever ensemble.

Fabrice Peltier

Designer, consultant expert en écoconception des emballages – Auteur d'ouvrages – Élu local en charge des déchets





Malgré les défis, les opérateurs restent fermement engagés dans leur démarche et prévoient des projections optimistes (selon les données ressortant des questionnaires quantitatifs).

- Une augmentation significative du nombre de points de collecte chez les distributeurs volontaires prévus dans les prochaines années pour atteindre un nombre optimal de plus de **15 000 points** de récupération et de collecte embarqués d'après le projet ReUse initié par Citeo.
- Une augmentation du taux de retour des emballages notamment grâce aux opérateurs dont l'activité est dédiée à la traçabilité des flux d'emballages, pour atteindre un taux de retour moyen de **62 % dès 2024 (+ 30 %)**, grâce à la consigne monétaire.
- De nouveaux centres de lavage prévus dans des régions telles que l'Occitanie, le Grand Est et l'Ouest, avec pour objectif d'augmenter de plus de **80 %** le nombre d'emballages lavés par rapport à 2023.
- Par ailleurs, plus de **70 %** des laveurs interrogés prévoient de développer le lavage du verre sur les pots, les bocaux, et les bouteilles de 33 cl.
- Enfin pour répondre à la croissance et aux besoins du marché, les laveurs anticipent une augmentation des emplois locaux de l'ordre de **25 %** pour 2024.



Les perspectives du vrac sont actuellement pleines de promesses, avec plusieurs axes de travail en cours qui témoignent d'une évolution positive dans ce domaine :

- Après avoir été relégué au second plan pendant un certain temps, le vrac fait un retour en force dans l'agenda des distributeurs. Les grandes enseignes de la distribution, qui avaient quelque peu mis de côté ce concept, réactivent aujourd'hui les expérimentations. Elles sont engagées à significativement augmenter leur offre de produits en vrac.
- Assurer la qualité des produits en vrac demande de l'innovation. Les équipements traditionnels ne suffisent pas toujours à protéger les produits les plus sensibles face à des éléments extérieurs comme la lumière, l'humidité ou le contact avec l'air. Des collaborations avec des start-up sont ainsi initiées pour concevoir des solutions adaptées et à faible empreinte technologique, répondant à ces défis.
- Dans le vrac, la traçabilité et la communication jouent un rôle essentiel. Les consommateurs sont de plus en plus attentifs aux informations concernant les produits qu'ils achètent. Afin de répondre à cette demande croissante de transparence, les distributeurs et les marques intensifient l'affichage des informations telles que le numéro de lot, la composition et l'origine des ingrédients, les allergènes, les valeurs nutritionnelles, la date limite de consommation, ainsi que des éléments permettant de mieux comprendre l'univers des marques.

“

Vrac : lever les irritants ou végéter !

Personne (de censé) ne doute de l'absolu nécessité de réduire les emballages des PGC. Personne pour contester l'intérêt du « vrac » comme alternative vertueuse, passeport pour une consommation responsable. Mais, comme souvent, il y a loin de la coupe aux lèvres. Le vrac ne connaît pas (encore) le succès nécessaire. La raison ? Ne pas avoir (encore, bis) levé les irritants, préalable à une adoption à grande échelle. Pour passer d'un consommateur militant et responsable à Monsieur et Madame Toutlemonde.

Deux écueils sont à lever : l'offre (donc les prix) et l'expérience d'achat.

Pour embarquer le consommateur au quotidien, l'offre doit refléter la consommation du quotidien. Donc pas nécessairement bio ou premium. Mais cœur de marché. Et, si possible, accompagnée d'une réassurance : « grande » marque ou marque de distributeur. Par principe aussi, le prix (à produit comparable) ne peut être supérieur. Et même si des raisons objectives pourraient le justifier (l'effet volume au premier chef), le point est non négociable. Car, vu du client, un prix supérieur en vrac est juste non entendable.

Second écueil : l'expérience d'achat. Impossible d'escompter banaliser le « geste vrac » en découvrant après la pesée le prix à payer. Un sujet tout sauf anecdotique (qui explique le nombre de sachets abandonnés ou le faible taux de réachat). La « tech » peut contribuer à craquer le point. Le matériel aussi avec, pourquoi pas, des « trémies doseuses ». Dans tous les cas, un sujet MAJUSCULE qui doit réunir l'éco-système des équipementiers, des marques et des commerçants. Sauf à accepter que le vrac demeure un marché de consommateurs militants. Mais alors sans l'impact indispensable.

Voilà pourquoi la chasse aux irritants est la première (et indispensable) voie de progrès du vrac.

Olivier Dauvers

Journaliste, auteur et spécialiste de la grande distribution

“



Les évolutions réglementaires offrent une opportunité unique pour tous les acteurs impliqués. En établissant des obligations claires, un cadre propice à l'émergence d'une économie circulaire dynamique et durable peut être dessiné. **Il est temps de saisir pleinement cette opportunité en passant à une phase d'industrialisation.** Cette transition, soutenue par des mesures incitatives, de nouvelles obligations et des sanctions dissuasives, favorisera le développement de la filière et ouvrira la voie à de nouvelles possibilités d'innovation et de croissance.

En embrassant cette transformation, chaque acteur contribue non seulement à atteindre les objectifs réglementaires ambitieux déjà fixés, mais également à renforcer le tissu économique local et la souveraineté nationale, tant sur l'offre que par la création d'emplois. Ensemble, ils façonnent un avenir durable et prospère pour l'humanité, et offrent à la France une opportunité unique de briller sur la scène internationale tout en marquant l'histoire de l'économie et de l'industrie environnementales.

Renforçons la souveraineté nationale et tissons un tissu économique prospère grâce à la phase d'industrialisation de la filière du vrac et du réemploi.



Sources et listes des abbréviations



Sources citées

- Ademe. 2021. Analyse comparative des prix de produits vendus en vrac vs préemballé.
- Ademe. 2023. Dispositifs de consigne pour le réemploi d'emballages en verre en France.
- Ademe. 2023. Cartographie des centres de lavage d'emballages en France.
- Citeo. 2023. Guide lavage des emballages alimentaires réemployables en verre.
- Citeo, Illec. 2021. Étude Vrac, Action Plus.
- Citeo, Ipsos. 2023. Représentations et potentiels d'adhésion au réemploi.
- Institut national de la consommation. 2022. Le prix des produits bio vendus en vrac moins cher que les produits emballés !
- Ipsos. 2023. Les Français et la consigne des emballages de boissons.
- IQ, Nielsen. 2024. Le Vrac en 2023.
- IQ, Nielsen. 2022. Plus vite, plus haut : la livraison alimentaire à domicile se renforce encore en 2022.
- IQ, Nielsen. 2022. Consumer Outlook du mois de juin 2022.
- Léko, Circul'R, Appinio. 2023. Étude de désirabilité autour du réemploi des emballages.
- Réseau Vrac et Réemploi. 2023. Baromètre interne S2.

Liste des abréviations

Agec	Antigaspi pour une économie circulaire
CETIE	Centre technique international de l'embouteillage
CHR	Cafés, hôtels et restaurants
EIC	Emballages industriels et commerciaux
GMS	Grande et moyenne surface
MDD	Marque de distributeurs
MN	Marque nationale
PBT	Polytéréphtalate de butylène
PGC	Produits de grande consommation
PPWR	Packaging and Packaging Waste Directive
QR Code	Quick response code
RVM	Reverse vending machine
UHT	Upérisation à haute température
UV	Unité de vente



**Deloitte.**

Réseau Vrac et Réemploi, Association à but non lucratif de droit français régie par la loi du 1^{er} juillet 1901.

Siège administratif : 5 rue d'Alsace, 75010 Paris. Responsable de la publication : Celia Rennesson,
directrice et fondatrice

Crédits photos : © OBO/Clandoeil.fr - New European Reuse Association

© Mai 2024

Direction artistique & Maquette : agence dot. Deloitte France