

NOUVEAUTÉ

LE MARCHÉ DE LA VENTE EN VRAC

Quel potentiel à 5 ans ?

Quelles opportunités pour les marques et enseignes ?

Comment se positionner ?

Découvrez dans cette étude :

- ▶ **Le potentiel de développement à l'horizon 2025** du marché français du vrac
- ▶ **Tous les contours de ce mode d'achat** : réglementation, moteurs et freins au développement, profil du consommateur
- ▶ **Une cartographie du paysage de la distribution** : le positionnement et les stratégies des différents circuits
- ▶ **Les opportunités offertes par ce marché** pour les marques et les clés de réussite pour s'y positionner



ENQUÊTE QUALITATIVE

Plus de 20 entretiens réalisés auprès des différents types d'acteurs du marché

UN MARCHÉ PROMETTEUR ?



Cécile DESCLOS

Directrice du pôle distribution



@c_desclos

L'arrivée de grandes marques est un signal fort

Le marché de la vente en vrac en France a pris son envol à partir de 2016, porté par un contexte favorable côté demande et par une distribution qui se diversifie en termes de canaux. En quelques années, l'Hexagone est devenu n°1 du vrac en Europe. Pour autant, si on considère la distribution dans son ensemble, le vrac représente encore moins de 1% de la consommation des ménages en produits de grande consommation. Pour convaincre le plus grand nombre de passer au vrac, il faudra donc travailler sur son image. En effet, on lui reproche un niveau de prix élevé, un manque de praticité, des risques au niveau de l'hygiène... Il faudra également poursuivre l'étoffement de l'assortiment, car le vrac est encore loin de couvrir tous les besoins.

Ces derniers mois ont été marqués, côté fabricants, par les initiatives de grandes marques qui mènent des tests sur leurs produits phares. Kellogg's, Bel, Danone, Nestlé, Panzani pour l'alimentaire, mais également Mustela, L'Occitane, Yves Rocher, Unilever... pour les produits d'hygiène-beauté et d'entretien. Mais passer des produits préemballés au vrac entraîne un changement complet de modèle qui impacte toutes les étapes de la vie du produit. Les marques leaders vont-elles franchir le pas d'un déploiement plus important ? A quelle échéance et pour quelle part de leur activité ? Une chose est sûre : l'intérêt et la poussée des grandes marques sur ce marché contribueront à sa démocratisation.

Méthodologie



ENQUÊTE QUALI

Une enquête qualitative avec plus de 20 entretiens réalisés auprès des différents types d'acteurs du marché : distributeurs, fabricants spécialistes du vrac, grandes marques (alimentaire, hygiène-beauté)...



BUSINESS CASES

48 business cases qui illustrent tout au long de l'étude le positionnement et les stratégies

des différents types d'acteurs, les initiatives innovantes sur le vrac, les retours d'expérience des marques en phase de test & learn.



VISION STRATÉGIQUE ET PROSPECTIVE

Nos différents scénarii de croissance en fonction des hypothèses retenues sur les évolutions de l'offre et de la demande et des facteurs d'incertitude.

Plan de l'étude

Aller à l'essentiel : synthèse de l'étude et enseignements clés

- 01.** Données de cadrage du marché du vrac : taille et dynamique actuelle, réglementation, moteurs et freins au développement
- 02.** Les perspectives de croissance du marché à l'horizon 2025
- 03.** Le décryptage du profil du consommateur et de l'achat en vrac
- 04.** Une distribution multicanale pour la vente en vrac : analyse détaillée des différents circuits, du positionnement, des stratégies de croissance et des initiatives innovantes des distributeurs
- 05.** L'offre en vrac de produits alimentaires, le positionnement, les stratégies de croissance et les initiatives innovantes des fabricants
- 06.** L'offre en vrac de produits d'entretien et d'hygiène-beauté, le positionnement, les stratégies de croissance et les initiatives innovantes des fabricants
- 07.** Les défis à relever pour développer le marché du vrac, pour s'y positionner

► Retrouvez sur www.lesechos-etudes.fr le plan détaillé et téléchargez un extrait de cette étude



Liste des Business cases

Auchan
Barilla
Bel
Biocoop
Bocoloco
Botanic
Bout'àBout'
Briochin
Carrefour
Casino

Cozie
Danone
Day By Day
Franprix
Cora
Heineken
H2Origine
Intermarché
Jean Bouteille
Juste Bio

Kellogg's
Kronenbourg
La Bulle Verte
Lab@Bulles
Lamazuna
Le drive tout nu
Lobodis
Loop
L'Intendance
L'Occitane

Leclerc
Mademoiselle Vrac
Mamie Mesure
Mustela
Nestlé
Nivea
Ô Bocal
Oé
On part en vrac
Pachamamaï

Panzani
The Naked Shop
SmartVrac
Système U
Unilever
Vrac n'co
We Bulk
Yves Rocher



PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

Catégories de produits

- Alimentaire
- Hygiène-beauté
- Produits d'entretien

Circuits

- GSA
- Magasins spécialisés bio
- Enseignes 100% vrac
- Circuits alternatifs spécialistes du vrac : drives vrac, vrac itinérant, sites e-commerce
- Autres circuits : enseignes beauté, jardineries, pharmacies...

QUI SOMMES-NOUS ?

Depuis plus de 30 ans, **Les Echos Etudes** aide les décideurs à anticiper les tendances de leur marché et capter de nouvelles opportunités d'affaires.

Tendances émergentes, scénarios prospectifs, valorisation de marchés, data inédites : nos études vous permettent de prendre un temps d'avance !

Découvrez, également, nos offres sur-mesure pour :

- vous accompagner dans la mise en œuvre de votre plan stratégique : estimation de potentiel, positionnement d'offre, insights consommateurs...
- valoriser votre expertise et répondre à vos enjeux de communication grâce à nos baromètres et études co-brandées.

CES ETUDES POURRAIENT ÉGALEMENT VOUS INTÉRESSER :

- ▶ **Le marché français de la dermocosmétique**
Comment la crise et les nouvelles exigences des consommateurs transforment le marché ?
- ▶ **La distribution des produits alimentaires bio en France**
Quelle redistribution des cartes entre circuits et enseignes, quelles stratégies gagnantes pour capter la croissance de demain ?
- ▶ **Le renouveau des business models de la beauté**
Nouvelles marques, nouveaux concepts, nouveaux circuits, nouvelles promesses, nouveaux usages, ... : penser la beauté de demain

Bon de commande

Le marché de la vente en vrac

Version PDF

- Pour 1 utilisateur*
2 750 € HT - 2 901,25 € TTC (TVA à 5,5%)*
- De 2 à 5 utilisateurs*
3 575 € HT - 3 771,63 € TTC (TVA à 5,5%)*
- De 6 à 10 utilisateurs*
4 125 € HT - 4 351,88 € TTC (TVA à 5,5%)*
- Plus de 10 utilisateurs*, nous contacter

Version papier

- 2 750 € HT - 2 901,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 275 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires :

Option présentation orale de l'étude par l'expert auprès de vos équipes.

- Pour une présentation personnalisée, nous vous proposons un accompagnement sur-mesure.

Contactez nous au 01.49.53.63.00

Email : etudes@lesechos.fr.

Coordonnées de l'utilisateur final

(Si plusieurs utilisateurs, nous communiquer leurs coordonnées accompagnées de ce bon de commande)

Nom : Prénom :

Fonction : Société :

Adresse :

Tél. : E-mail :

Facturation

Société :

Adresse :

Contact :

Règlement

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47 Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date :// Signature :

* L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective. En complétant ce formulaire, j'accepte les conditions générales de ventes et d'utilisation qui sont disponibles sur le site www.lesechos-etudes.fr