

Le marché du vrac en Europe

- France
- Espagne
- Italie

[RealTime](#) | [Profiles](#)

YouGov®

Contactez-nous pour en savoir plus sur nos solutions

SOMMAIRE

Méthodologie

La consommation de produits en vrac : motivations et freins

Fréquence et lieux d'achat

Qui sont les Français qui achètent des produits en vrac ?

Méthodologie



Echantillon

- ❖ France : 1 001 personnes représentatives de la population nationale
- ❖ Espagne : 1 064 personnes représentatives de la population nationale
- ❖ Italie : 1 022 personnes représentatives de la population nationale



Méthodologie

- ❖ Les sondages ont été effectués en ligne, sur le panel propriétaire de YouGov



Terrain

- ❖ Du 23 au 28 août 2022

La consommation de produits en vrac : motivations et freins

[Pour en savoir plus sur cette étude, contactez-nous ici](#)

YouGov®

Les Espagnols et les Italiens consomment plus de produits en vrac – mais les Français arrivent en tête pour les céréales et les pâtes

YouGov

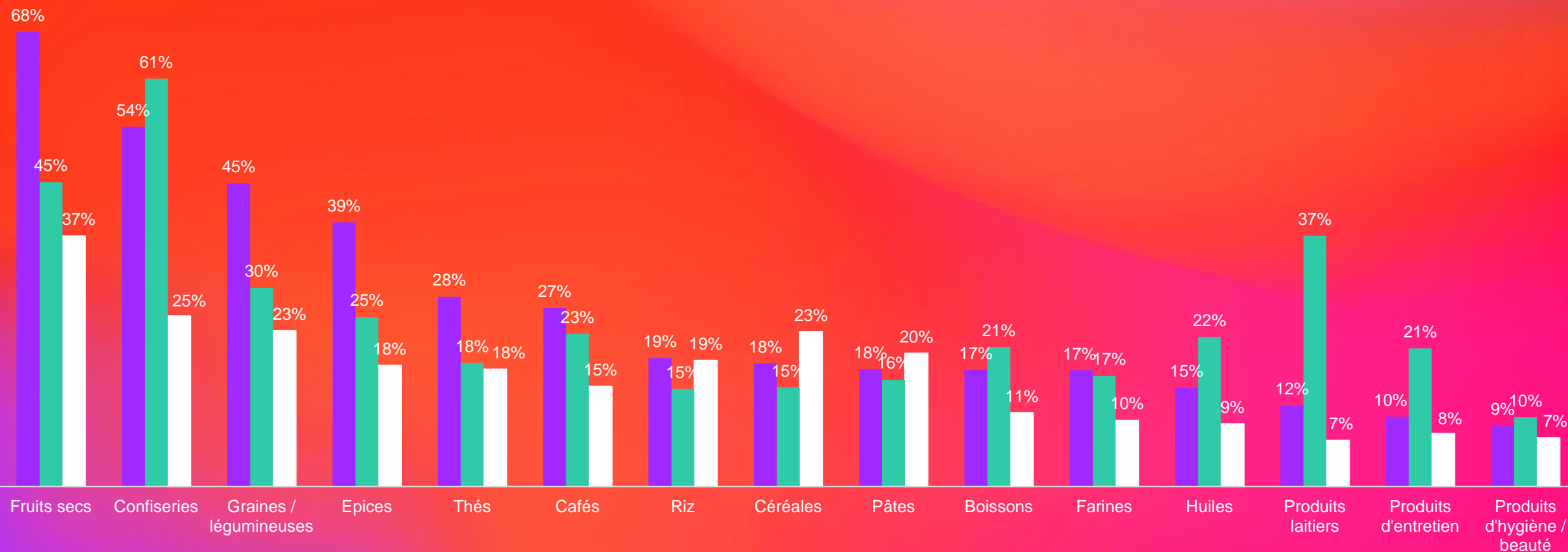
FRANCE

ITALIE

ESPAGNE

Parmi les types de produits suivants, lesquels avez-vous déjà acheté en vrac (c'est-à-dire non-emballés) ?

Base : adultes français (n=1 001), espagnols (n=1 064) et italiens (n=1 022)



Réduire les déchets d'emballages et limiter le gaspillage sont les deux principales motivations

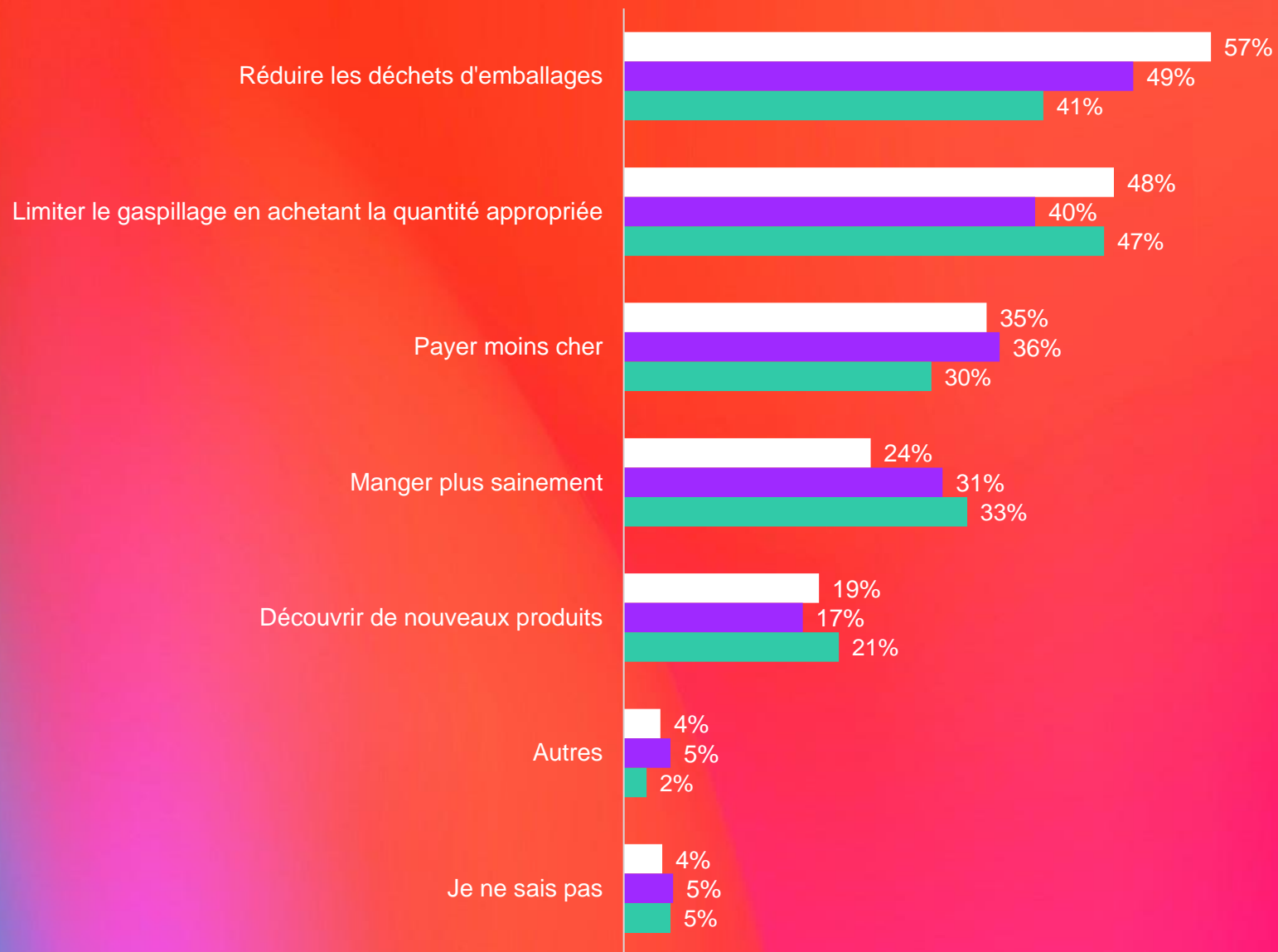
La volonté de réduire les emballages est nettement en tête en France (57%) et en Espagne (49%), tandis que les Italiens mettent l'accent sur le gaspillage évité (47%).



Pour quelle(s) raison(s) achet(i)ez-vous des produits en vrac ?
Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Base : adultes qui ont déjà acheté au moins un type de produit en vrac (France : n=706 ; Espagne : n=966 ; Italie : n=908)

Pour quelle(s) raison(s) achetez-vous des produits en vrac ?



De nombreux freins à l'achat persistent

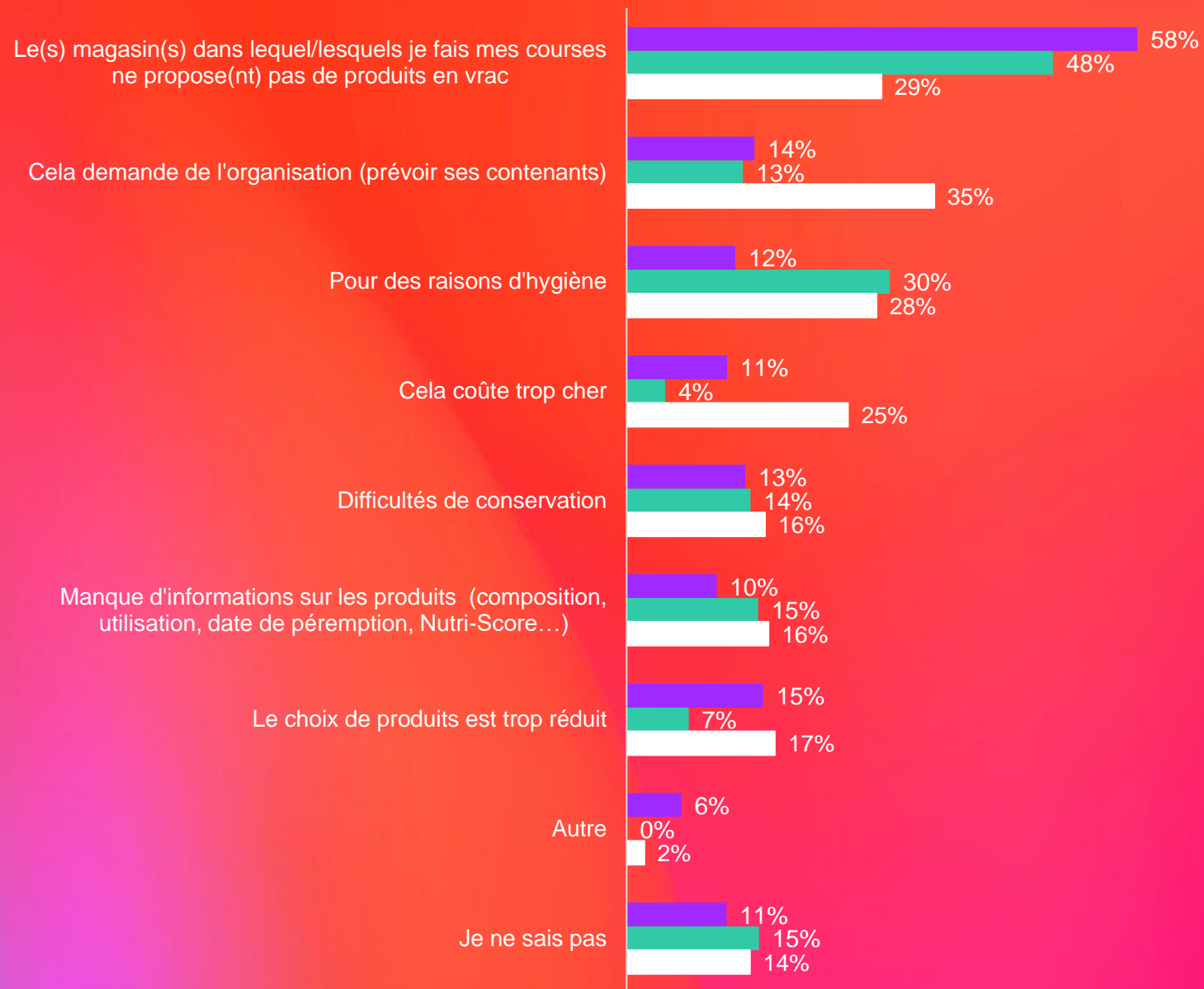
Pour les Français qui n'ont jamais acheté de produits en vrac, le principal obstacle est d'ordre pratique (35%) tandis que les Espagnols (58%) et les Italiens (48%) font face à une offre limitée.



Et pour quelle(s) raison(s) n'achetez-vous jamais de produits en vrac ?
Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Base : adultes qui déclarent n'avoir jamais acheté de produits en vrac (France : n=295 ; Espagne : n=98 ; Italie : n=114)

Pour quelle(s) raison(s) n'achetez-vous jamais de produits en vrac ?



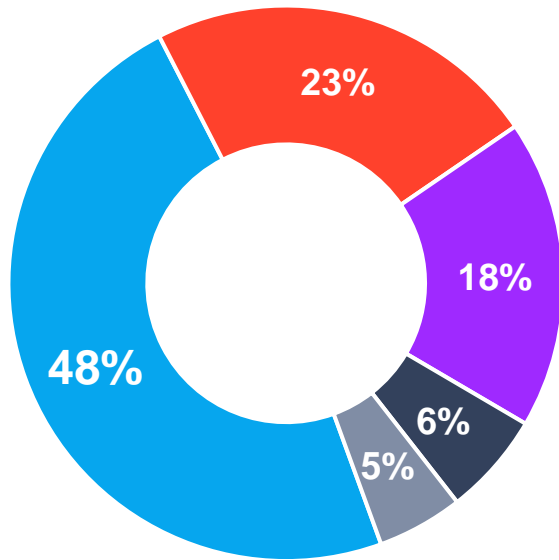
Fréquence et lieux d'achat

[Pour en savoir plus sur cette étude, contactez-nous ici](#)

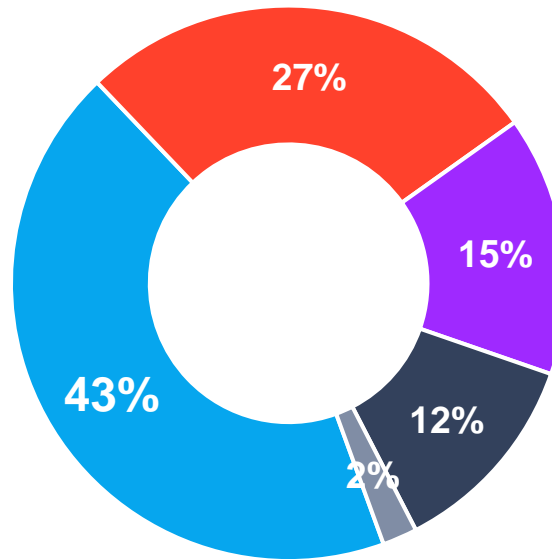
YouGov®

48% des Italiens, 43% des Espagnols et 41% des Français sont des acheteurs réguliers*

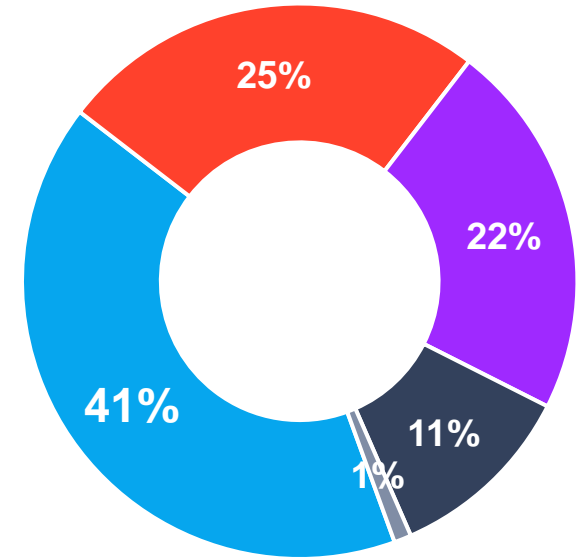
ITALIE



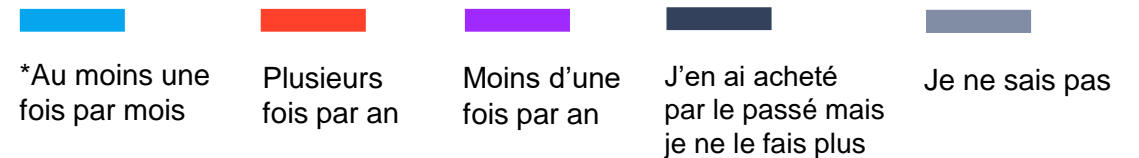
ESPAGNE



FRANCE



Et en règle générale, à quelle fréquence achetez-vous des produits en vrac ? Veuillez sélectionner une seule réponse.
 Base : adultes qui ont déjà acheté au moins un type de produit en vrac (France : n=706 ; Espagne : n=966 ; Italie : n=908)



La GMS est le lieu d'achat privilégié des Français, tandis que les Espagnols favorisent les marchés locaux et épicerie spécialisée

YouGov

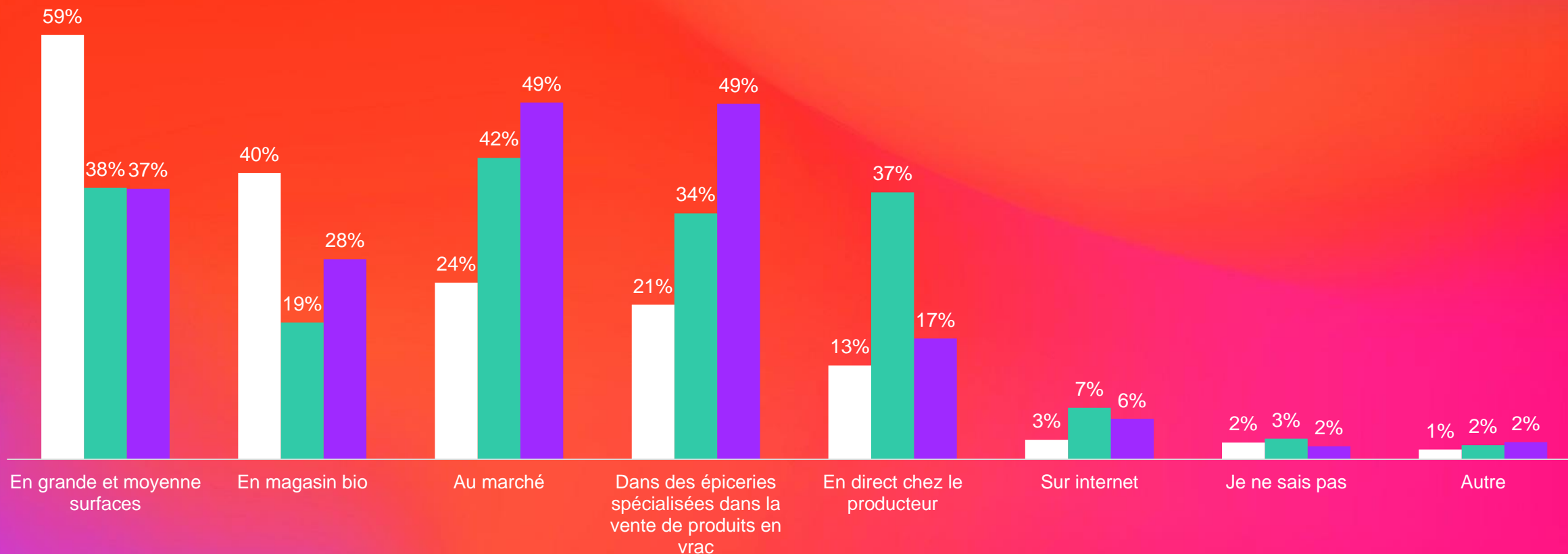
FRANCE

ITALIE

ESPAGNE

Généralement, où achet(i)ez-vous vos produits en vrac ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Base : adultes qui ont déjà acheté au moins un type de produit en vrac (France : n=706 ; Espagne : n=966 ; Italie : n=908)



Le vrac est plus traditionnel en Espagne et en Italie : près de la moitié des acheteurs l'ont adopté depuis plus de 5 ans

En France, ce mode de consommation est plus récent : 66% en achètent depuis moins de 5 ans.

FRANCE

MOINS D'UN AN



ENTRE 1 ET 5 ANS



PLUS DE 5 ANS



ESPAGNE

MOINS D'UN AN



ENTRE 1 ET 5 ANS



PLUS DE 5 ANS



ITALIE

MOINS D'UN AN



ENTRE 1 ET 5 ANS



PLUS DE 5 ANS



Depuis quand achet(i)ez-vous des produits en vrac ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base : adultes qui ont déjà acheté au moins un type de produit en vrac (France : n=706 ; Espagne : n=966 ; Italie : n=908)

Une majorité souhaite pouvoir acheter en vrac les produits de grandes marques habituellement consommés

Une majorité d'Espagnols (61%) et d'Italiens (56%) affirment être prêts à se rendre dans un magasin plus éloigné s'ils peuvent trouver en vrac les produits qu'ils achètent habituellement emballés – contre 37% des Français.



Souhaiteriez-vous avoir la possibilité d'acheter en vrac les produits de grandes marques que vous achetez habituellement emballés ? Veuillez sélectionner une seule réponse.
Si des produits que vous achetez habituellement emballés étaient disponibles en vrac dans un magasin plus éloigné, seriez-vous prêt(e) à vous déplacer pour les obtenir ?
Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base : adultes français (n=1 001), espagnols (n=1 064), italiens (n=1 022)

Si des produits que vous achetez habituellement emballés étaient disponibles en vrac dans un magasin plus éloigné, seriez-vous prêt(e) à vous déplacer pour les obtenir ?



Souhaiteriez-vous avoir la possibilité d'acheter en vrac les produits de grandes marques que vous achetez habituellement emballés ?



Notoriété des plateformes en ligne proposant des produits en vrac

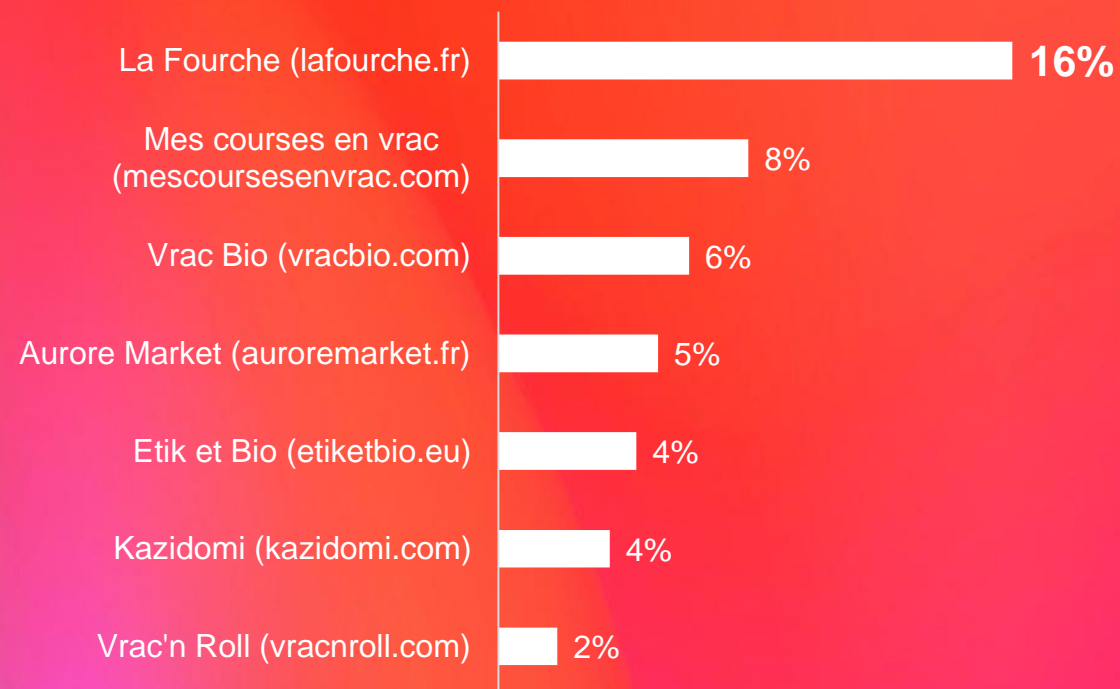
La Fourche arrive en tête avec 16% de notoriété en France – chiffre tiré à la hausse par les 25-34 ans (25%).

Le score de la marque progresse de 6 points au niveau national depuis novembre 2021 (10%).

NB : 72% des Français ne connaissent aucune de ces plateformes.

Parmi les plateformes en lignes suivantes proposant notamment des produits en vrac, laquelle/lesquelles connaissez-vous, ne serait-ce que de nom ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.
Base : adultes français (n=1 001)

Parmi les plateformes en lignes suivantes proposant notamment des produits en vrac, lesquelles connaissez-vous, ne serait-ce que de nom ?



Qui sont les Français qui achètent des produits en vrac ?

[Pour en savoir plus sur cette étude, contactez-nous ici](#)

YouGov®



Comportements d'achat & habitudes de consommation des Français qui achètent des produits en vrac au moins plusieurs fois par an

48% considèrent qu'il est très important d'avoir une alimentation saine
vs 41% nat rep

35% déclarent que la dimension éthique est une caractéristique importante lors de l'achat de boissons et produits alimentaires
vs 24% nat rep

37% remarquent les sponsors d'événements
vs 30% nat rep

Leur relation aux marques

74% préfèrent les marques durables
vs 63% *nat rep*

55% aiment les marques prêtes à s'impliquer sur des problématiques sociales
vs 42% *nat rep*

54% pensent que les grandes entreprises essaient d'améliorer leur impact
environnemental
vs 42% *nat rep*

45% essaient de n'effectuer des achats qu'auprès d'entreprises responsables sur
le plan environnemental et social
vs 33% *nat rep*

Top 5 des supermarchés et hypermarchés les mieux perçus :



E.Leclerc



biocoop
LA BIO NOUS RASSEMBLE

SUPER U

MERCI

Vous souhaitez en savoir plus sur cette étude ? Contactez-nous [ici](#)

Notre dernier livre blanc sur le secteur FMCG pourrait également vous intéresser, [cliquez ici pour le télécharger](#)

YouGov®

Découvrez nos data 360°