



Le marché du vrac en France en 2021

Quels types de produits les Français achètent-ils ? Quelles sont leurs motivations et les lieux d'achat privilégiés ? Qui sont les adeptes du vrac ?

YouGov[®]

business.yougov.com

Sommaire

1. Méthodologie
2. Consommation de produits en vrac : motivations et freins
3. Fréquence et lieux d'achat
4. Profil des Français qui achètent des produits en vrac ou réduisent l'utilisation des emballages



Méthodologie

Méthodologie



Echantillon

- Sondage réalisé auprès de 1 007 personnes représentatives de la population nationale française



Méthodologie

- Le sondage a été effectué en ligne, sur le panel propriétaire de YouGov



Terrain

- Du 23 au 24 novembre 2021



Consommation de produits en vrac : motivations et freins

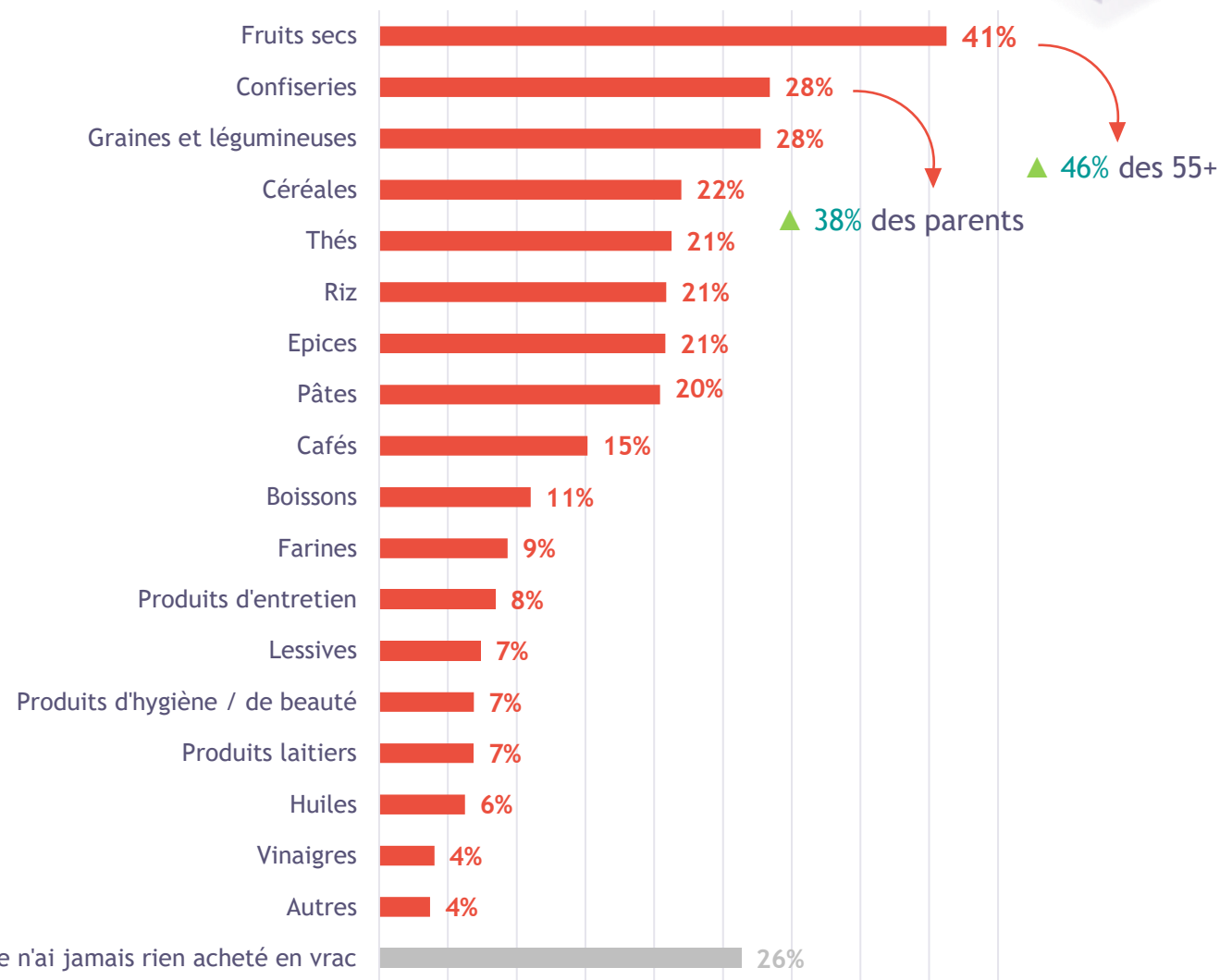
Plus de 4 Français sur 10 ont déjà acheté des fruits secs en vrac

Les confiseries, graines & légumineuses complètent le podium, à 28%.

A noter : 26% des Français déclarent n'avoir jamais acheté de produits en vrac.



Produits achetés en vrac



Parmi les types de produits suivants, lequel/lesquels avez-vous déjà acheté en vrac (c'est-à-dire non-emballés) ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

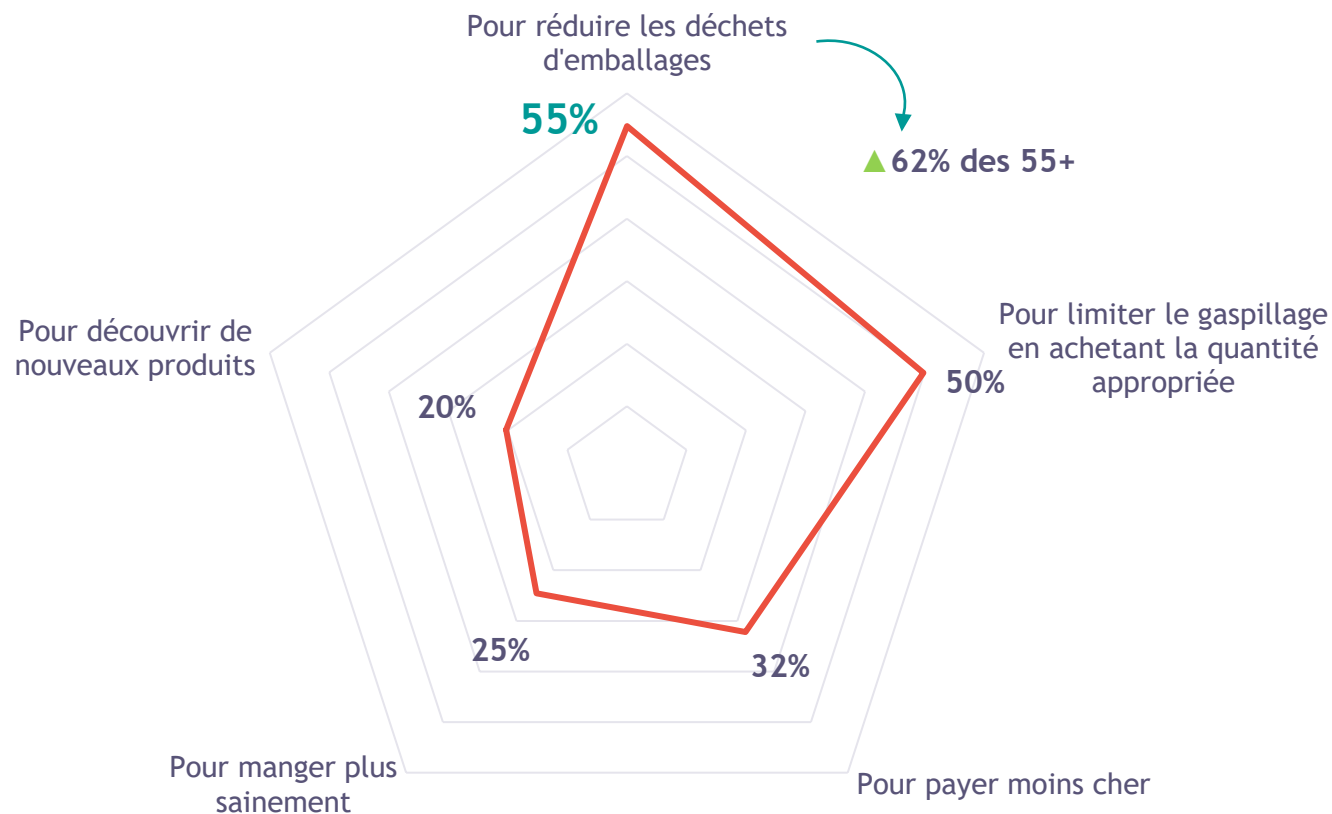
Base : adultes français (n=1 007)

▲ ▼ Statistiquement supérieur/inérieur à la moyenne française

Les raisons pour lesquelles les Français achètent des produits en vrac

Réduire les déchets d'emballages (55%) et limiter le gaspillage (50%) sont les deux principales motivations des consommateurs.

Limiter le coût arrive en 3ème position, à 32%.

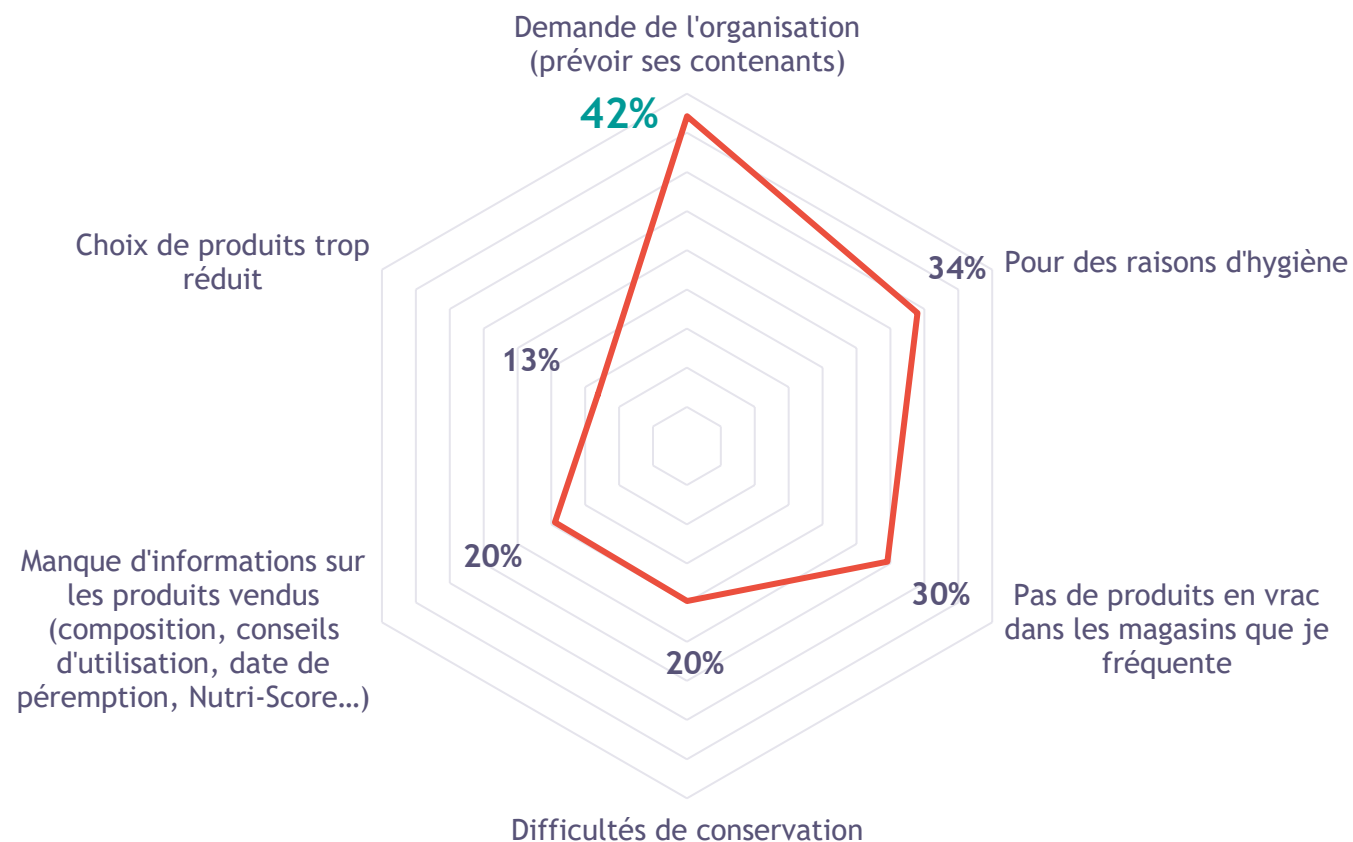


Pour quelle(s) raison(s) achet(i)ez-vous des produits en vrac ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.
Base : adultes français qui ont déjà acheté au moins un type de produit en vrac (n=742)

▲ ▼ Statistiquement supérieur/inférieur à la moyenne française

Les raisons pour lesquelles les Français n'ont jamais acheté de produits en vrac

L'organisation que cela implique (42%), l'hygiène (34%), et la non-disponibilité de ce type de produits en magasin (30%) sont les 3 principales raisons évoquées.





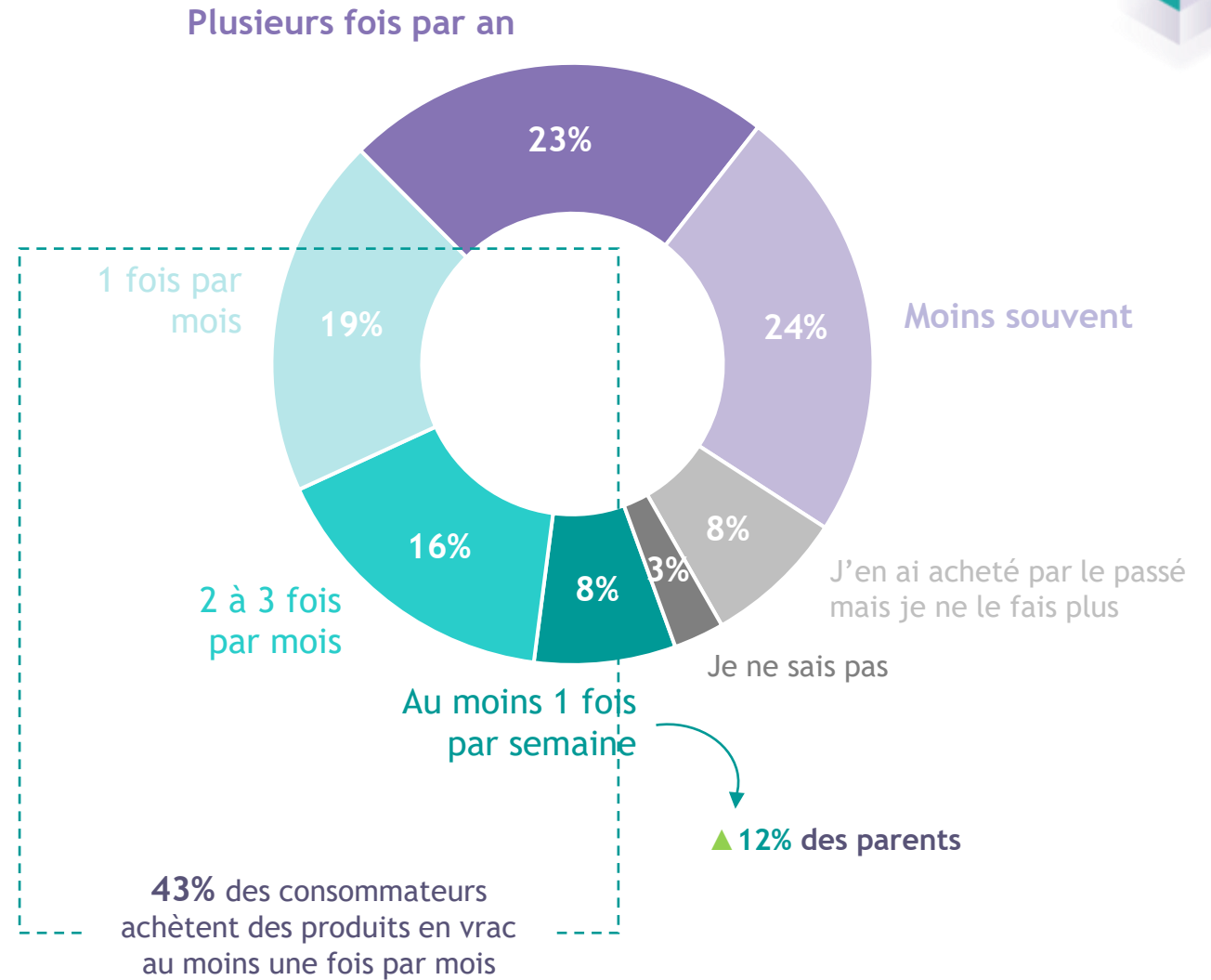
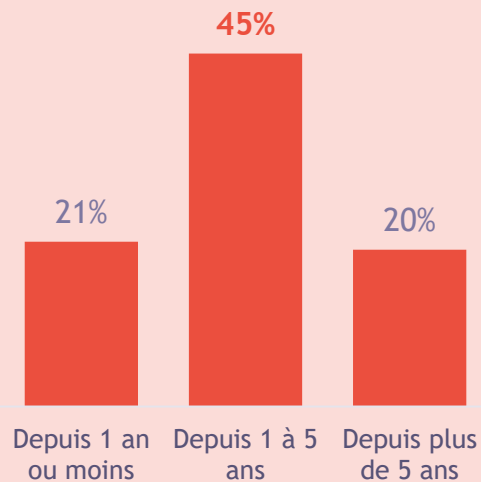
Fréquence et lieux d'achat



Fréquence d'achat de produits en vrac

Plus de 4 consommateurs sur 10 achètent des produits non-emballés au moins une fois par mois (43%).

Depuis combien de temps les consommateurs achètent-ils ce type de produits ?

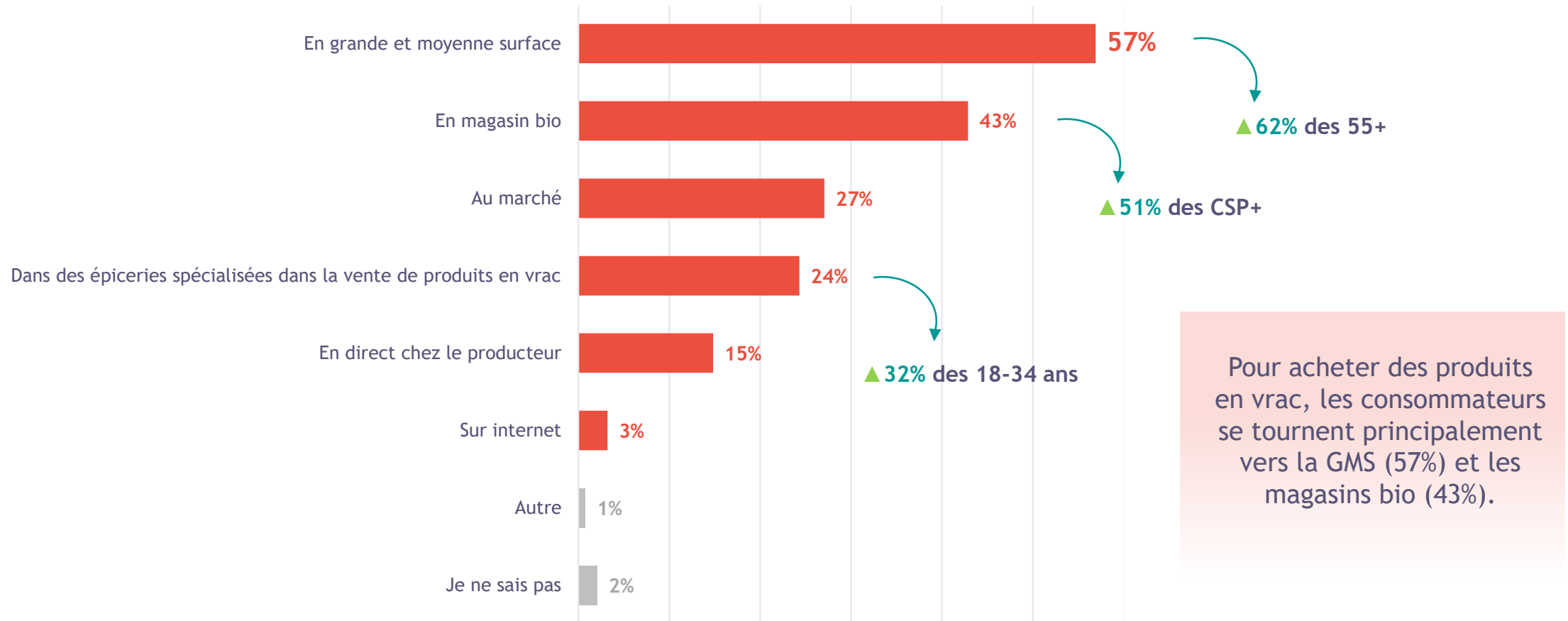


Et en règle générale, à quelle fréquence achetez-vous des produits en vrac ? Veuillez sélectionner une seule réponse.
Depuis quand achet(i)ez-vous des produits en vrac ? Veuillez sélectionner une seule réponse.
Base : adultes français qui ont déjà acheté au moins un type de produits en vrac (n=742)

▲ ▼ Statistiquement supérieur/inférieur à la moyenne française



Lieux d'achat privilégiés par les consommateurs



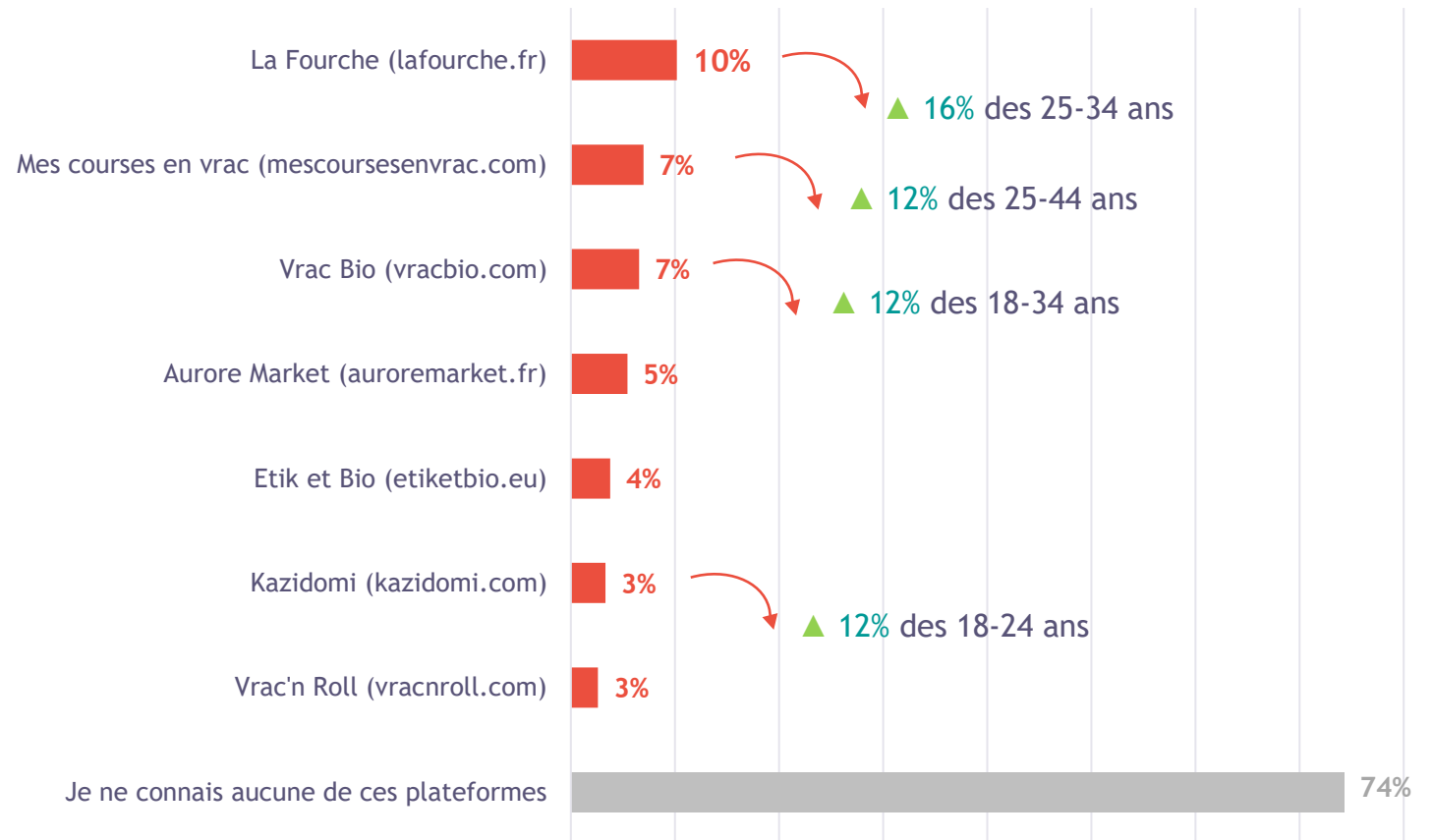


Notoriété des plateformes en ligne proposant des produits en vrac

1 Français sur 10 déclare connaître lafourche.fr - un chiffre tiré à la hausse par les 25-34 ans (16%).

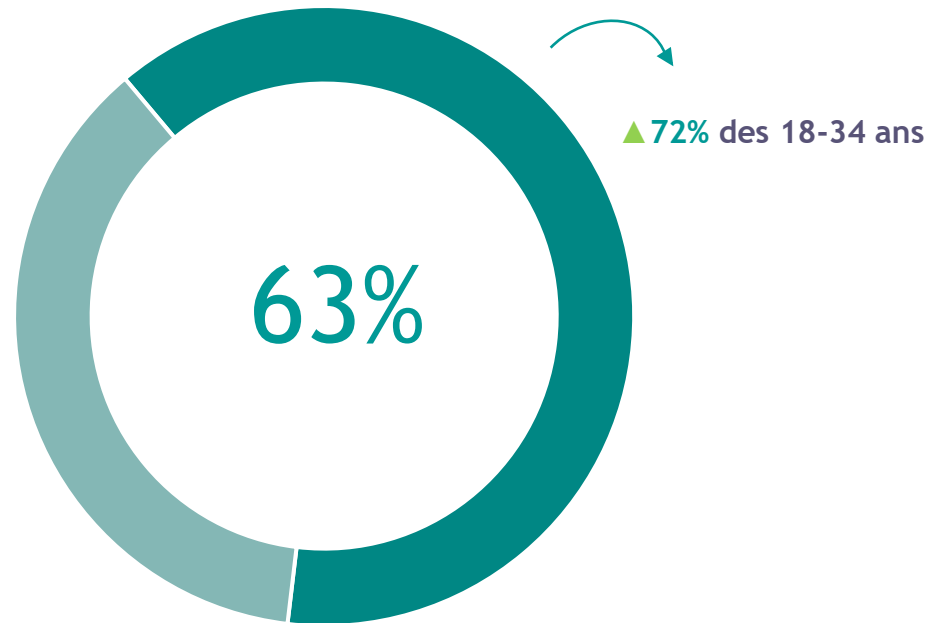
Les acteurs en ligne du marché du vrac sont encore peu connus : près de 3 Français sur 4 ne connaissent aucune des plateformes proposées (74%).

Plateformes de vente de produits en vrac

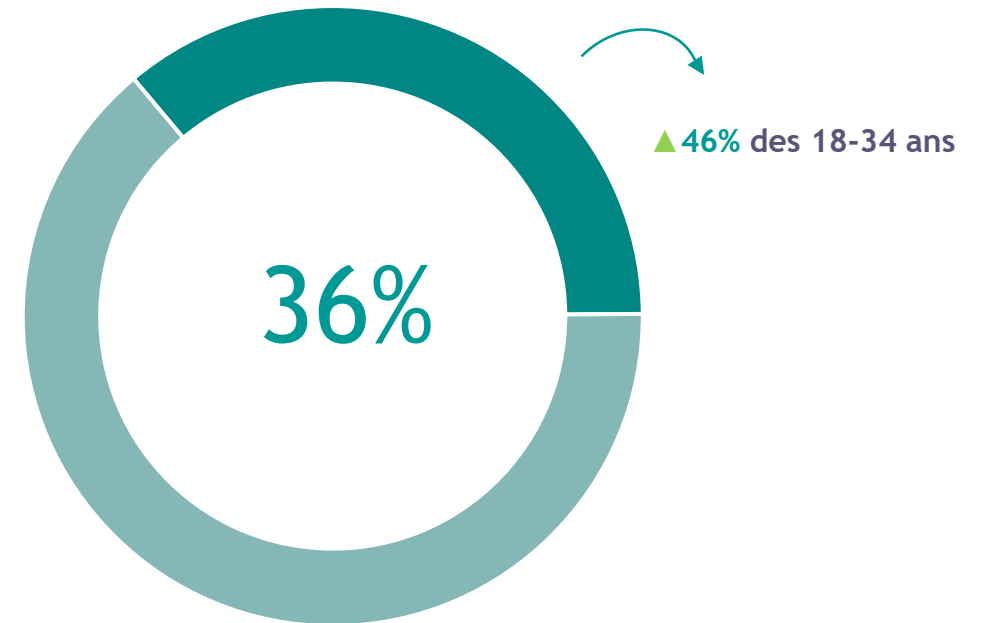




Les attentes des Français vis-à-vis des grandes marques



SOUHAITERAIENT POUVOIR ACHETER EN VRAC
LES PRODUITS DE GRANDES MARQUES QU'ILS
ACHÈTENT HABITUELLEMENT EMBALLÉS



SERAIENT PRÊTS À SE DÉPLACER POUR ACHETER DES
PRODUITS HABITUELLEMENT EMBALLÉS DISPONIBLES
EN VRAC DANS UN MAGASIN PLUS ÉLOIGNÉ





A photograph of a woman with her hair in a bun, wearing a denim jacket, looking at a display of bulk products in a store. The display consists of many small glass jars filled with various grains or seeds, arranged on a wooden shelf. The background is slightly blurred, showing more of the store's interior. A diagonal line with a light blue and light pink gradient separates the image from the white background below.

Profil des Français qui achètent des produits en vrac



Relation aux marques et comportements de consommation

Relation aux marques

-  Les marques devraient réfléchir à l'impact environnemental lorsqu'elles organisent des événements **89%** (75%)
-  Pour que les marques soient connues aujourd'hui, elles doivent interagir avec leurs clients dans la vie réelle **59%** (48%)
-  J'aime les marques prêtes à s'impliquer sur des problématiques sociales **56%** (50%)
-  Si une marque a un point de vue avec lequel je ne suis pas d'accord, je cesserai d'acheter ses produits **52%** (47%)

Comportements de consommation

-  Consomment des aliments de saison **60%** (43%)
-  Ne consomment jamais de fast food **38%** (28%)
-  Achètent leurs produits cosmétiques en parfumerie (Sephora, Marionnaud...) **39%** (34%)
-  Sont flexitariens **25%** (18%)
-  Achètent leur shampoing en pharmacie ou parapharmacie **18%** (12%)

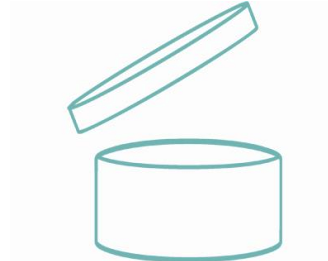


Les marques qu'ils recommandent le plus



TOP 3 Recommandation Epicerie salée

- 1# Barilla **44%** (40%)
- 2# Puget **41%** (31%)
- 3# Maille **39%** (33%)



TOP 3 Recommandation Cosmétiques

- 1# Nivea **37%** (38%)
- 2# La Roche Posay **36%** (28%)
- 3# Yves Rocher **35%** (35%)



TOP 3 Recommandation Divertissement

- 1# Lego **39%** (34%)
- 2# Playmobil **31%** (30%)
- 3# Monopoly **31%** (26%)

→ **Merci**

YouGov[®]

YouGov, 2021, all rights reserved. All materials contained herein are protected by copyright laws.

Any storage, reproduction or distribution of such materials, in whole or in part, in any form without the prior written permission of YouGov is prohibited.

This information (including any enclosures and attachments) is propriety and confidential and has been prepared for the exclusive use and benefit of the addressee(s) and solely for the purpose for which it is provided.

We make no representations, warranties or guarantees, whether express or implied, that the information is accurate, complete or up to date. We exclude all implied conditions, warranties, representations or other terms that may apply and we will not be liable to you for any loss or damage, whether in contract, tort (including negligence), breach of statutory duty, or otherwise, even if foreseeable, arising under or in connection with use of or reliance on the information. We do not exclude or limit in any way our liability to you where it would be unlawful to do so.