



# Quand le vrac NOUS EMBALLE

Ras-le-bol de remplir votre Caddie de packs XXL et de sortir des poubelles entières d'emballages? Les épiceries à la pesée sont faites pour vous. Courses à l'ancienne et esprit responsable guident la démarche.

CHRISTINE HALARY - ILLUSTRATIONS ÉRIC MEURICE

**N**os grands-mères ont bien connu ces épiceries avec balance de comptoir en cuivre où l'on servait à la pesée le riz, le savon et les autres denrées du quotidien. Voilà que le concept refait surface, façon rétro branchée et en libre-service. À La Recharge, dans le centre-ville de Bordeaux, les habitués

débarquent munis de bocaux, cagettes et bouteilles qu'ils tarent avant de les remplir d'articles de provenance exclusivement locale. « Ça nous change des boutiques bio aseptisées », commente un fidèle. Ici, au moins, on voit les produits à nu et on peut les tester en petites quantités. » Perplexe devant les cinq variétés de lentilles, une cliente s'enquiert auprès de son voisin. Comme sur un marché, l'ambiance est conviviale. Jules et Guillaume, les tenanciers, saluent un retraité du quartier qui vient chaque jour choisir ses pâtes, ses légumes ou sa portion de fromage pour le déjeuner. Ces pionniers du néovrac étaient encore étudiants lorsqu'ils ont inauguré La Recharge en juillet 2014, avec le vœu de réduire l'impact

environnemental de leur commerce. Et de convertir leur clientèle au zéro déchet. Depuis, les magasins sans emballages fleurissent un peu partout en France. « On en dénombrait près de soixante fin 2016 et ils seront une centaine cette année », indique Célia Rennesson, la directrice de Réseau Vrac, l'association interprofessionnelle qui veut rassembler toute la filière.

## Poubelles au régime

Un concept de plus pour bobos citadins, précurseurs de la vogue du « sans »? Eux que l'on croise dans les boutiques sans gluten, sans aliment d'origine animale et même sans achat comme chez Sézane dans son ●●●



Appartement de la rue Saint-Fiacre à Paris, qui sert de vitrine à ses collections de prêt-à-porter vendues exclusivement sur le Net. Les épiceries du vrac ont une ambition plus démocratique. Elles veulent séduire une clientèle de proximité, sans renier leur côté magasin alternatif. Leur intention est bien d'éveiller notre conscience écologique à coups de nouveaux réflexes – faire maigrir nos poubelles,

choisir la juste quantité et arrêter de stocker.

Car les chiffres parlent d'eux-mêmes : un Français génère en moyenne 390 kg de déchets par an, dont un tiers d'emballages mais aussi 20 kg de nourriture et 7 kg de produits encore emballés. Ce gaspillage coûterait 400 euros par an à chaque foyer de 4 personnes ! Qu'on se le dise, ces néomarchands – où les indépendants côtoient les franchisés de la chaîne Day by Day (déjà 23 boutiques) – veulent apporter quelque chose de positif à la société.

### Se mettre au vert

C'est souvent à l'occasion d'une reconversion que nos néo-rétro-commerçants ont trouvé leur cause. Comme Amandine et Maud, qui ont inauguré Mamie Mesure en

septembre dernier à Vitry, en Ile-et-Vilaine. Ces deux jeunes mamans ont troqué leur job, l'une dans la logistique d'un groupe agroalimentaire, l'autre dans le marketing et la communication, pour revenir aux choses simples. « Nous disons stop à la surconsommation et au gâchis : nous voulons laisser une planète propre à nos enfants », entonnent-elles en chœur.

Même son de cloche chez Gisèle et Lionel Melo. Ils ont quitté Paris et leurs métiers – la finance pour elle, la climatisation pour lui –, direction Salon de Provence où le couple vient

d'ouvrir Autrement Vrac, avec l'idée de « faire changer la façon de consommer ». De quoi susciter des vocations. Les porteurs de projet sont une dizaine, chaque semaine, à solliciter Réseau Vrac depuis sa création en mars dernier.

### Curieux bienvenus!

Bien entendu, ces néo-épiciers attirent les militants du zéro déchet. Et c'est à croire que l'on en trouve dans toutes les villes. « Profil 25-40 ans », précise David Sutrat, le cofondateur de Day by Day. Pour ces consommateurs excédés par la sursollicitation, « l'envie de désencombrer les placards de leur cuisine, de se débarrasser du superflu, fait écho à la frugalité heureuse du célèbre paysan-philosophe Pierre Rabhi », décrypte Pascale Brousse, coach en vie saine et fondatrice du cabinet de tendances Trend Sourcing.

N'allez pourtant pas croire que la clientèle n'est faite que d'engagés. Il y a aussi les curieux qui arrivent les mains dans les poches. On met gratuitement à disposition de ces néophytes des pots de confiture ou des bocaux recyclés. Parmi eux, des étudiants qui trouvent malin de choisir la juste dose d'ingrédients pour un dîner improvisé, quelques grammes d'épices, une portion de riz, un bidon de vin et même une poignée de détergent en poudre pour faire tourner le lave-vaisselle. Et puis, il y a les nostalgiques qui s'exclament en poussant la porte : « Ah ! J'ai connu ça dans le temps ! » À La Bonne Pioche, les grands-mères du quartier ont vite repris le pli. « Elles nous confient leur liste avant de s'asseoir autour de la table de l'entrée pour papoter », témoigne Céline, la cogérante. On se croirait sur la place du village !

### Quinoa d'Anjou

Les boutiquiers du vrac ont plus d'un tour dans leur sac – recyclé – pour rendre nos courses vertueuses. Ils accordent par exemple la priorité aux produits du terroir. « C'est surtout un retour au bon sens paysan, en réaction à l'ultra-sophistication », avance Laurent Le Mouël, du cabinet de tendances Nelly Rodi. On milite ici pour le local, plutôt que pour le

bio pas toujours écolo. Chez Day by Day, par exemple, vous trouverez des noix standards de petits producteurs du Périgord, préférées aux noix bio qu'il faudrait acheminer du fin fond de la Géorgie. « Chez nous, l'origine a plus d'importance que la certification », confirme David Sutrat. De même, sur les étals de La Bonne Pioche à Grenoble, les haricots noirs proposés par Céline et Bertille poussent en Charente. Quant au quinoa, il provient d'Anjou et non pas du Pérou.

Et puis surtout, on vous promet des prix doux. La suppression des coûts de marketing et d'emballage, estimés à 20 %, est en effet répercutée en magasin. « Comparée à la grande distribution, notre offre est 5 % moins chère sur des produits basiques comme le riz et jusqu'à 50 % pour les premiums comme les fruits secs », affirme-t-on chez Day by Day.

### Prendre la juste mesure

De là à convertir les foules au vrac, il y a de la marge. Même si la France fait figure d'exception (nul autre pays ne compte autant d'épiceries sans emballages) et si les grandes surfaces investissent ce créneau, comme Cœur de Nature, la nouvelle enseigne bio d'Auchan, les pronostics incitent à la modestie. D'après Réseau Vrac, 5 à 7 % de nos compatriotes consommeront du vrac de façon régulière ou occasionnelle d'ici dix ans, contre 1,5 % aujourd'hui.

Pourtant, la tendance économe est bien là. « Nous l'observons parmi les classes moyennes en France », souligne Xavier Charpentier, du cabinet d'études collaboratives FreeThinking. Qui sait si elle se traduira par des comportements plus radicaux encore ? Comme dans les pays scandinaves, où les concours de cuisine à la télévision récompensent non pas les chefs qui concoctent les meilleurs plats mais ceux qui gâchent le moins de nourriture, incorporant dans leurs recettes les racines ou les épluchures ? Ça promet ! ●

### Qu'importe le flacon...

Impératif préalable : vérifiez que vos contenants sont propres. Pour les farines, les sucres et les féculents, munissez-vous de bocaux ou de boîtes hermétiques. Pour les vins, les vinaigres et les huiles, privilégiez les bouteilles en verre. Certaines boutiques, équipées d'une laveuse de bouteilles, vous proposent un service de consignation. Attention, la vente en vrac d'huile d'olive est désormais interdite, à moins d'obtenir un agrément de conditionneur auprès de France AgriMer. Du coup, certains commerçants la proposent uniquement en bidon de 5 litres. Quant aux produits ménagers, la législation est aussi en train de se durcir. Vous devrez la première fois acheter sur place un contenant validé et étiqueté, à réutiliser uniquement pour un produit spécifique.

