

Le questionnaire

Démarches méthodologiques

Objectifs

L'objectif principal du questionnaire est de déterminer les besoins des consommateurs envers les épicerie de vente en vrac.

Il est découpé en sous-objectifs permettant d'identifier :

- leurs habitudes d'achat concernant :
 - les journées et les heures d'ouverture. Cela nous permettra, par exemple, d'identifier les jours préférés des consommateurs pour faire leurs courses et savoir s'il est nécessaire d'ouvrir le dimanche. Le principe est le même au niveau des horaires.
 - leur mobilité pour se rendre en magasin. Nous saurons ainsi s'il est préférable de privilégier un local proche des axes de transports ou avec un accès à un parking.
 - le type de magasin qu'ils fréquentent le plus afin de connaître leurs motivations à se rendre dans tel ou tel magasin et le panier moyen par passage en caisse.
 - leurs raisons pour ne pas se rendre dans l'épicerie de vente en vrac à proximité de chez eux.
- leurs critères d'achat concernant la qualité gustative du produit, le prix, la production locale, biologique ou équitable, ou encore la nécessité d'afficher certaines informations sur les produits vendus en vrac.
- les produits vendus en vrac les plus convoités (alimentaires et non alimentaires) pour avoir une offre variée.
- les potentiels points négatifs de la vente en vrac afin de pouvoir y remédier.
- leur intérêt pour la mise en place de différents services comme un système de consigne, une machine à jus d'orange, un service d'achat par internet avec retrait en magasin ou encore une réflexion autour de la pesée.

Par ailleurs, ce questionnaire permettra de connaître le meilleur axe de communication pour une ouverture de magasin.

Construction et contenu du questionnaire

Nous avons conçu le questionnaire en nous basant sur des formulaires déjà existants sur cette thématique et sur nos propres interrogations à ce sujet.

Il est composé de vingt-trois questions réparties en six parties principales : les habitudes d'achat, le vrac, les freins, les services du vrac, le magasin de proximité de vente en vrac et l'identité des répondants.

Ci-dessous le tableau récapitulatif des questions.

Questions	Réponses	Nb de réponses possibles
Vos habitudes d'achat		
Quel(s) jour(s) faites-vous vos courses ?	Lundi / Mardi / Mercredi / Jeudi / Vendredi / Samedi / Dimanche	Plusieurs choix possibles
Quelles tranches horaires vous conviennent le mieux pour faire vos courses ?	8 h – 10 h / 10 h – 12 h / 12 h – 14 h / 14 h – 16 h / 16 h – 18 h / 18 h – 19 h / 19 h – 20 h	Au maximum 3 choix possibles
Quel(s) type(s) de transport utilisez-vous pour faire vos courses ? (5)	Les transports en commun / Le vélo / La voiture / Je me déplace à pieds	Plusieurs choix possibles
Où faites-vous principalement vos courses ? (5)	Hypermarché-Supermarché / Supérette - Épicerie / Drive - Internet / Marché / Magasins de produits biologiques	Un choix possible
Pourquoi préférez-vous ce lieu pour faire vos courses ? (1)	Question ouverte.	
A chaque passage en caisse, quel est le montant moyen de vos achats ? (1)	Inférieur à 30 euros / Entre 31 et 70 euros / Entre 71 et 100 euros / Supérieur à 100 euros	Un choix possible
A quoi attachez-vous le plus d'importance ? (5)	Le prix / La production locale / Le commerce équitable / Les produits biologiques et l'agriculture raisonnée / La qualité gustative des produits	Numéroter les réponses de 1 à 5, en sachant que le 1 est votre premier choix.
Le vrac		
Quels produits alimentaires souhaitez-vous principalement trouver en vrac ? (5)	Épices / Yaourt / Produits alimentaires végans / Confiseries / Semoule / Oeufs / Thé - Infusion / Fruits secs / Charcuterie sèche / Fruits oléagineux (noix, amandes, pistaches...) / Produits sans gluten / Graines à germer / Crème / Légumineuses (lentilles, haricots secs...) / Jus de fruits -	Au maximum 15 choix possibles

	Sirop / Herbes aromatiques / Lait / Vinaigre / Pâte à tartiner / Céréales (petit déjeuner) / Moutarde / Surgelés (sorbet, fruits...) / Poisson / Biscuits / Café / Viande / Fromage / Fruits - Légumes / Beurre / Produits non raffinés (complet ou intégral) / Huile / Autres	
Pour les produits ci-dessous, quelles sont les variétés que vous souhaitez trouver en vrac ? Pâtes (ex : complètes, cannelloni...) / Alcool (ex : vin, bière...) / Farine (ex : farine de coco, complète...) / Sucre (ex : en poudre, roux...) / Chocolat (ex : pâtissier, 70% de cacao...) / Riz (ex : basmati, rond...) (5)	Question ouverte.	Vous pouvez indiquer plusieurs éléments de réponse par produit. Si vous ne souhaitez pas le trouver en vrac, merci d'indiquer "pas intéressé(e)".
Quels produits non alimentaires souhaitez-vous principalement trouver en vrac ? (5)	Film alimentaire / Des graines pour le jardin / Litière pour animaux / Des ingrédients pour faire ses produits d'hygiène - cosmétiques / Vinaigre blanc / Papier cuisson / Alimentation pour animaux / Savon noir / Liquide vaisselle / Papier toilette / Produits d'hygiène corporelle (shampooing, dentifrice solide...) / Lessive / Produits d'hygiène intime / Bicarbonate de soude / Autres	Au maximum 7 choix possibles
Quand vous achetez en vrac c'est davantage pour :	Réduire les emballages <-----> Acheter la juste quantité	Faire glisser le curseur.
Les freins		
Qu'est ce qui pourrait vous freiner pour acheter en vrac ? (5)	Des difficultés de conservation / Un manque de traçabilité / Le manque de diversité / Des complications de stockage et de rangement / Les prix / Cela nécessite plus d'organisation pour faire les courses (prévoir les contenants...) / Des problèmes d'hygiène et de propreté / Le risque	Au maximum 5 choix possibles

	d'être trompé(e) sur la nature du produit / Autre	
Les services du vrac		
Etes-vous intéressé(e) par un système de consigne ?	Oui / Non	Un choix possible
A défaut d'être en vrac ou consignés, êtes-vous intéressé(e) par des produits avec emballage en verre ?	Oui / Non	Un choix possible
Quels services vous intéressent (ou intéresseraient) le plus ? (5)	Un espace café au sein de l'épicerie / Un système d'achats par internet et de retrait en magasin / Une machine pour mouliner le café / Une épicerie de vrac mobile / Une machine à jus d'orange / Rien / Une animation de vente par les producteurs / Autre service	Au maximum 3 choix possibles
Quel type de pesée préférez-vous?	La pesée en libre service avec une étiquette à coller sur le contenant / La pesée lors du passage en caisse / Peu m'importe	Un choix possible
Quels contenants souhaitez-vous trouver à l'épicerie pour acheter vos produits en vrac ? (5)	Des sacs en tissu / Des bouteilles en verre / Aucun, je dispose de mes propres contenants / Des sachets Kraft / Des bocaux	Plusieurs choix possibles
Quelle(s) information(s) souhaitez-vous trouver sur les produits vendus en vrac ?	Question ouverte.	Par exemple : pays d'origine, date limite de consommation...
Votre magasin vrac		
Avez-vous un magasin qui propose du vrac à côté de chez vous ?	Oui / Non / Je ne sais pas	Un choix possible
Faites-vous vos courses là-bas ? (2)	Oui / Non	Un choix possible

Pourquoi ne faites-vous pas vos courses dans l'épicerie de vente en vrac ? (3)	Question ouverte.
Identité	
Sexe Code postal Âge Nombre de personnes dans votre foyer (vous y compris)	Questions ouvertes.
Si vous le souhaitez vous pouvez nous indiquer des informations supplémentaires. (4)	Question ouverte.

- (1) Les réponses seront analysées en fonction des réponses à la question "où faites vous principalement vos courses ?".
- (2) Cette question apparaît seulement si la réponse à la question précédente (Avez-vous un magasin qui propose du vrac à côté de chez vous ?) est "oui".
- (3) Cette question apparaît seulement si la réponse à la question précédente (Faites-vous vos courses là-bas ?) est "non".
- (4) La réponse à cette question n'est pas obligatoire.
- (5) Les réponses proposées s'affichent de manière aléatoire afin de ne pas influencer les choix.

Le questionnaire a été volontairement conçu large afin d'avoir une vision d'ensemble.

Passation du questionnaire

Mode de passation

Le questionnaire s'adresse à toutes les personnes intéressées par cette thématique. Nous l'avons mis en ligne durant le mois de septembre 2016 et nous l'avons laissé accessible durant deux semaines. Il a été réalisé par le biais du site internet www.sondageonline.fr. Nous l'avons diffusé principalement sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter).

Taux de retour

Nous avons eu plus de cinq cent retours et nous avons décidé de prendre en compte seulement les réponses des personnes étant allées jusqu'au bout du questionnaire. Ainsi, nous avons quatre cent trois participants.

Traitement des données

Pour traiter les réponses données aux questions ouvertes, nous avons défini les rubriques principales et attribué un point à chaque fois qu'elles étaient mentionnées. En sachant que certaines réponses trop vagues, trop larges ou hors sujet n'ont pas été prises en compte car nous les avons considérées comme "non pertinentes" pour l'analyse.

Analyse du questionnaire

Identité des participants

Au niveau des participants, il y a une grande majorité de femme (près de 95%). La plupart des réponses proviennent des Régions "Ile de France", "Auvergne-Rhône-Alpes", "Pays de la Loire" et "Nouvelle Aquitaine". 52.75% ont entre 31 et 50 ans et 42.5% moins de 30 ans.

Où habitez-vous ?		
Outre Mer	2	0,50%
Autre Pays	6	1,50%
Bourgogne Franche Comté	6	1,50%
Bretagne	12	3,00%
Normandie	19	4,75%
Provence- Alpes-Côtes-D'Azur	22	5,50%
Occitanie	27	6,75%
Hauts de France	28	7,00%
Grand Est	30	7,50%
Centre Val de Loire	37	9,25%
Nouvelle Aquitaine	45	11,25%
Pays de la Loire	49	12,25%
Auvergne Rhone Alpes	58	14,50%
Ile de France	59	14,75%
TOTAL	400	100,00%

Quel âge avez-vous ?

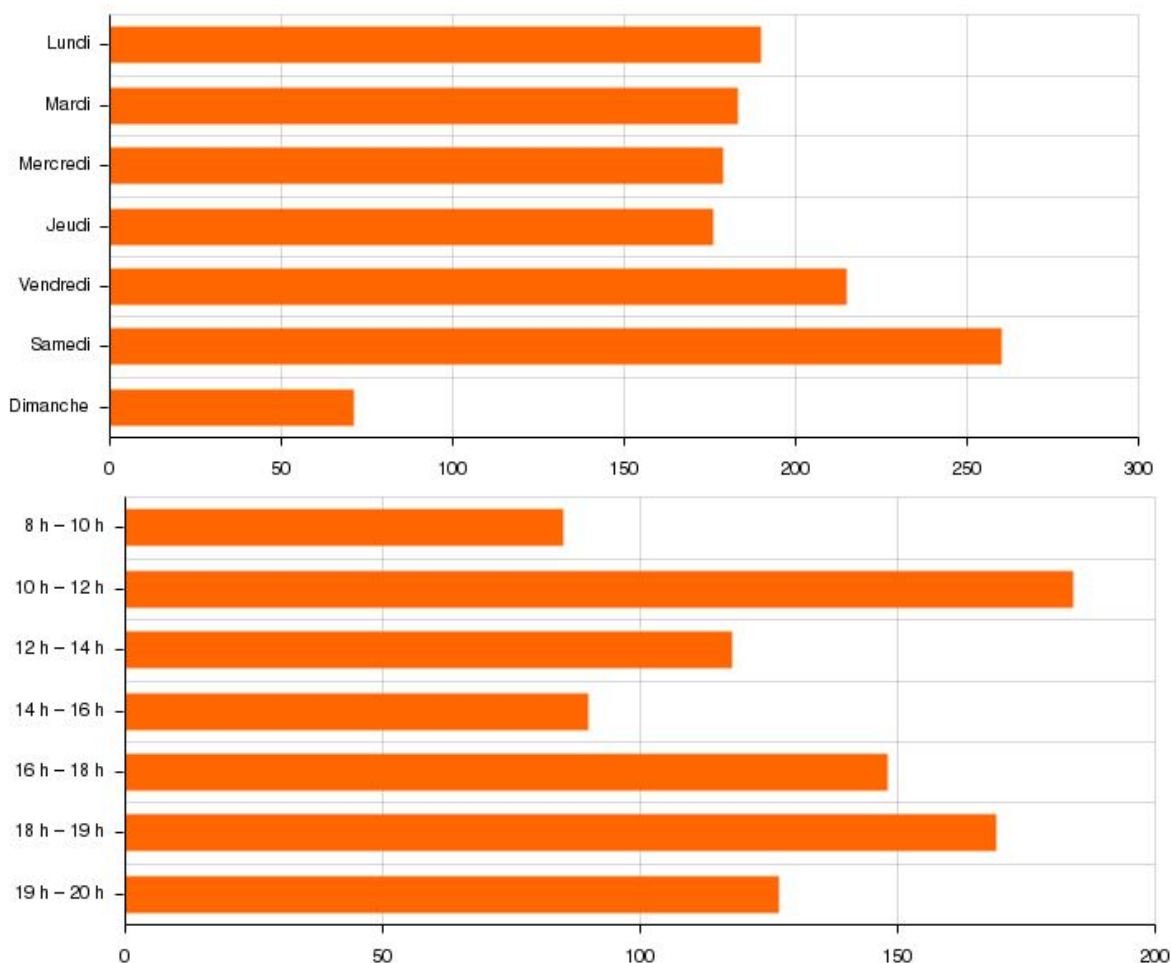
De 17 à 30 ans	170	42,50%
De 31 à 50 ans	211	52,75%
De 51 ans à 67 ans	19	4,75%
Total	400	100,00%

Les habitudes d'achat

Les jours et les horaires

A la question "quel(s) jour(s) faites-vous vos courses ?" (une à sept réponses possibles), il ressort que les clients ne réalisent pas souvent leur course le dimanche (seulement 17.6%

des réponses). Les jours les plus fréquentés sont le vendredi (53.3% des réponses) et le samedi (64.5%).

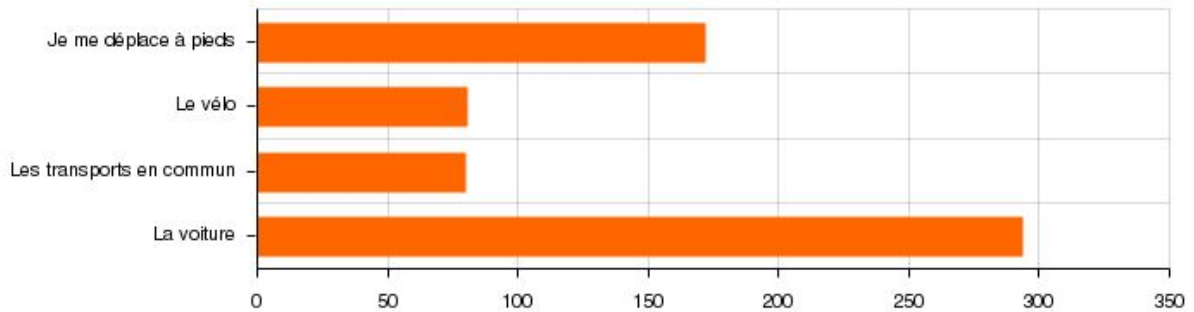


Les créneaux horaires les moins intéressants pour les clients sont de 8h00 à 10h00 et de 14h00 à 16h00. Nous avons d'ailleurs constaté que plusieurs épiceries ouvraient aux alentours de 9h30 et fermaient parfois entre 13h00 à 15h00. Au contraire, les tranches horaires "10h00 - 12h00" et "18h00 - 19h00" sont très demandées. Pour finir, il y a aussi une demande entre midi et deux et après 19h00.

D'une manière générale, c'est-à-dire sans tenir compte de spécificités liées à une région ou à une ville particulière, nous pouvons en conclure qu'il n'est pas utile d'ouvrir le dimanche (car seulement 17% des réponses) et que les horaires d'ouvertures répondant le plus à la demande seraient de 10h00 à 13h00 et de 16h00 à 19h30.

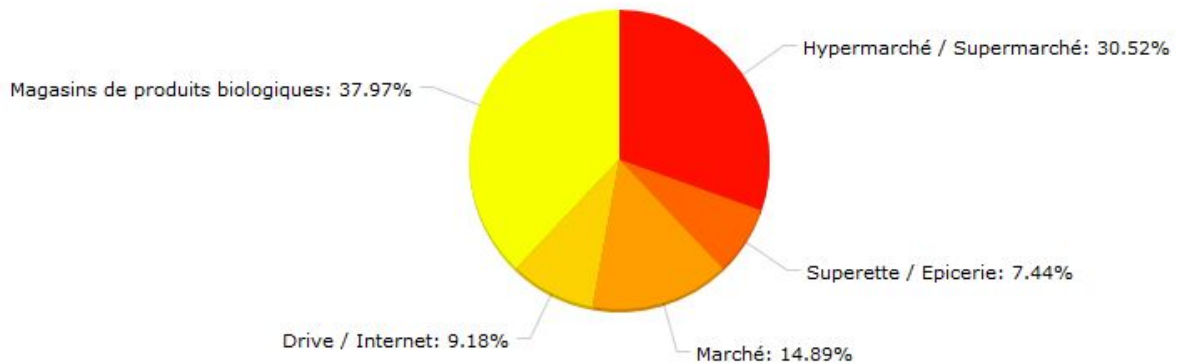
Le mode de déplacement

Pour faire leurs courses les clients préfèrent se déplacer en voiture (73% des réponses) et à pieds (42.7%) plutôt qu'en transport en commun ou à vélo (respectivement 19.9% et 20.1%).



Il semble important d'avoir un parking à disposition pour accueillir les clients (73% des réponses montrent un intérêt pour la voiture). Cette prédominance pour la voiture peut s'expliquer par le fait que la vente en vrac peut nécessiter d'apporter ses propres contenants ce qui peut alourdir le poids des courses. On peut également supposer que les conducteurs sont des ruraux et qu'ils ont donc besoin de la voiture pour se déplacer plus facilement.

Lieu de prédilection des courses



Près de 40% des participants réalisent principalement leurs courses dans des magasins de produits biologiques, 30% dans des hypermarchés/supermarchés, près de 15% se tournent vers les marchés, 10% vers le drive et 7,44% font leurs courses en épicerie.

Raisons de ce lieu pour faire les courses

Si les clients interrogés réalisent leurs courses dans les magasins biologiques c'est à 44% pour trouver des produits biologiques, locaux et de meilleurs qualités, à 28% des produits réduits en emballage et à 11% des produits végan, sans gluten... variés. On note également une sensibilité pour l'approche plus conviviale des vendeurs.

Concernant le drive, la principale raison d'achat par ce biais est la rapidité et la praticité. En effet, ce point correspond à 68% des réponses, vient ensuite le fait de ne pas être tenté par d'autres achats (14%).

Pour les supermarchés/hypermarchés, la proximité avec le lieu d'habitation ou de travail arrive en tête avec le large choix de produits en magasin (30% pour les deux éléments) puis ce sont les tarifs avantageux (19%) qui sont mis en avant.

Concernant les supérettes/épiceries, la proximité (26%), la qualité des produits (24%), les emballages réduits (15%) et la convivialité avec les vendeurs (18%) sont les éléments les plus importants.

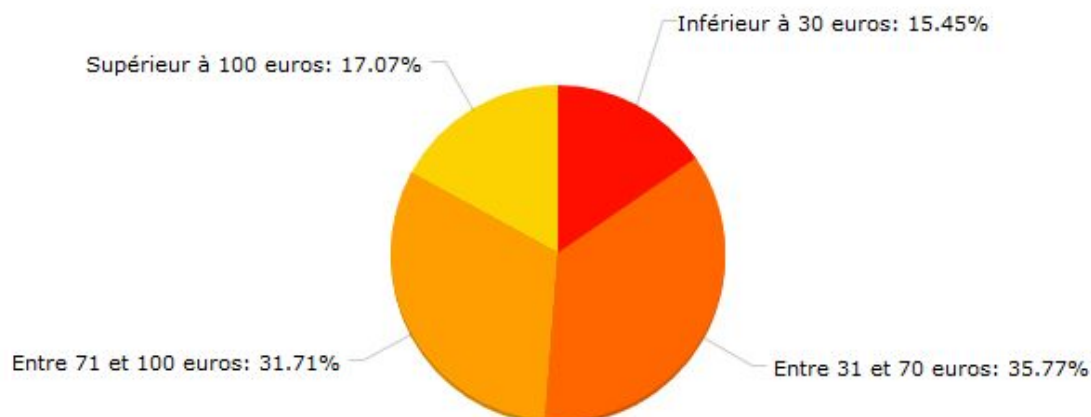
L'intérêt pour les marchés s'expliquent par la qualité des produits (48%), la convivialité (22%) et la réduction des emballages (16%).

	Magasins bio		Drive		Hypermarché / supermarché		Supérette / épicerie		Marché	
Proximité	10	4,31%	1	2%	42	30%	9	26%	2	2%
Large choix / Produits variés	26	11,21%	0	0%	42	30%	1	3%	4	4%
Prix intéressants (bio) / Réduction	2	0,86%	2	5%	27	19%	2	6%	7	8%
Amplitude horaire	0	0,00%	2	5%	8	6%	0	0%	0	0%
Moins d'emballage / vrac / écologique	64	27,59%	1	2%	6	4%	5	15%	15	16%
Accessibilité / parking	0	0,00%	0	0%	3	2%	0	0%	0	0%
Produits de qualités / bio / local	101	43,53%	2	5%	6	4%	8	24%	44	48%
C'est plus rapide / pratique	8	3,45%	30	68%	6	4%	3	9%	0	0%
Plus conviviale	17	7,33%	0	0%	0	0%	6	18%	20	22%
Pas tenté par d'autres achats	4	1,72%	6	14%	0	0%	0	0%	0	0%
	232	100,00%	44	100%	140	100%	34	100%	92	100%

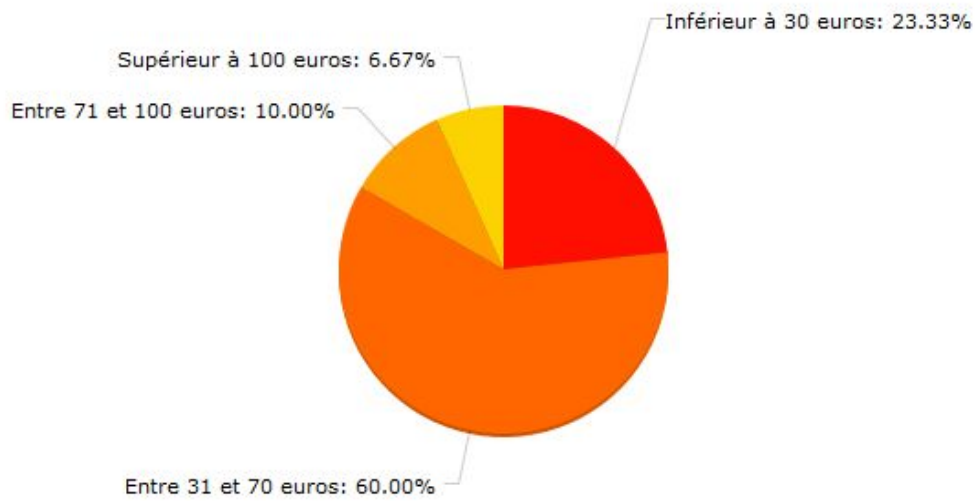
Nous relevons un intérêt pour l'achat de produits de qualité (bio, locaux...), une convivialité avec les vendeurs, une proximité avec le lieu d'habitation, une réduction des emballages, la rapidité des achats, un large choix de produits et des prix avantageux.

Le montant moyen d'achat à chaque passage en caisse selon le type de magasin

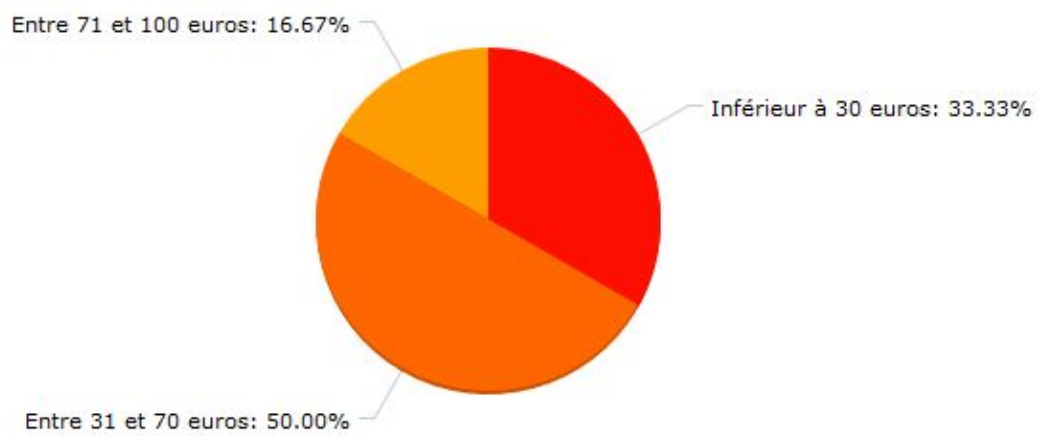
Prix moyen du panier pour les supermarchés / hypermarchés



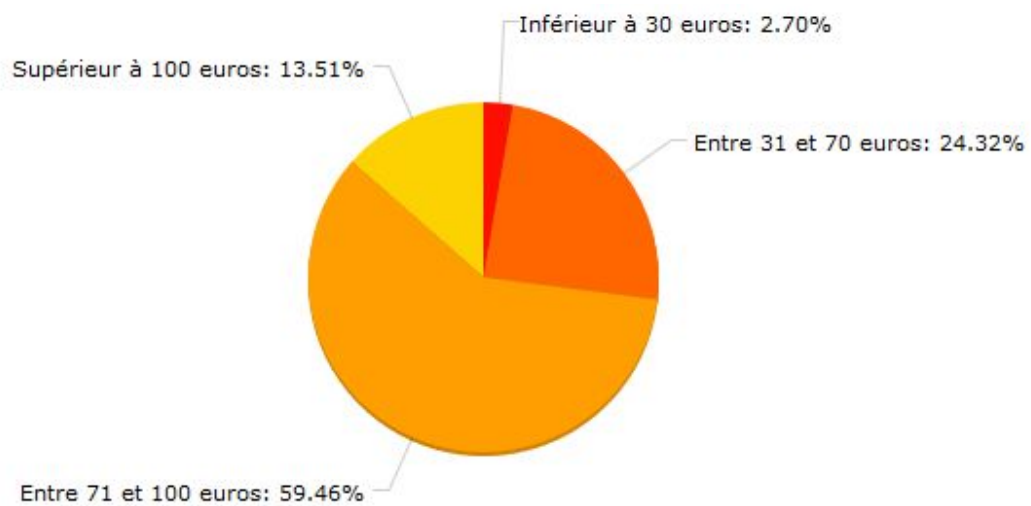
Prix moyen du panier pour les supérettes / épiceries



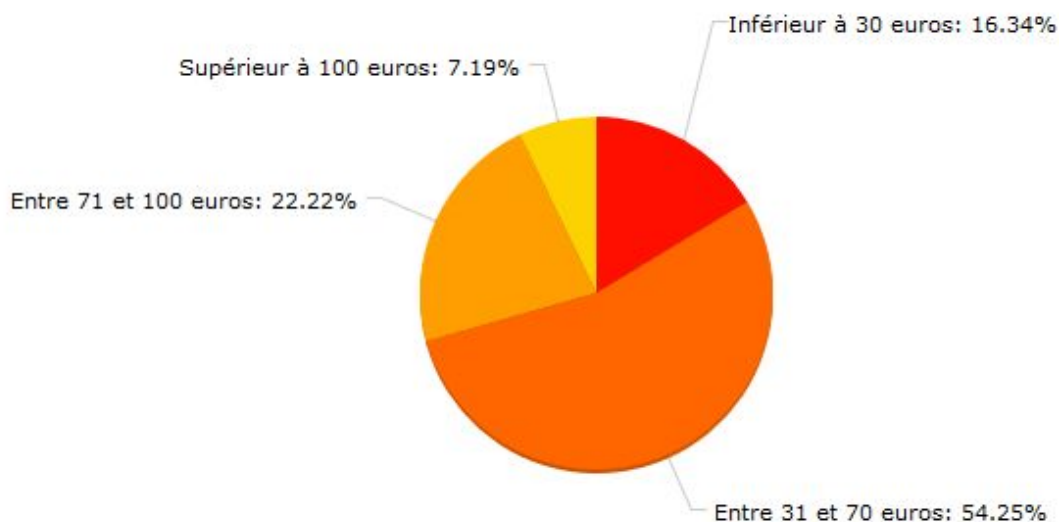
Prix moyen du panier pour le marché



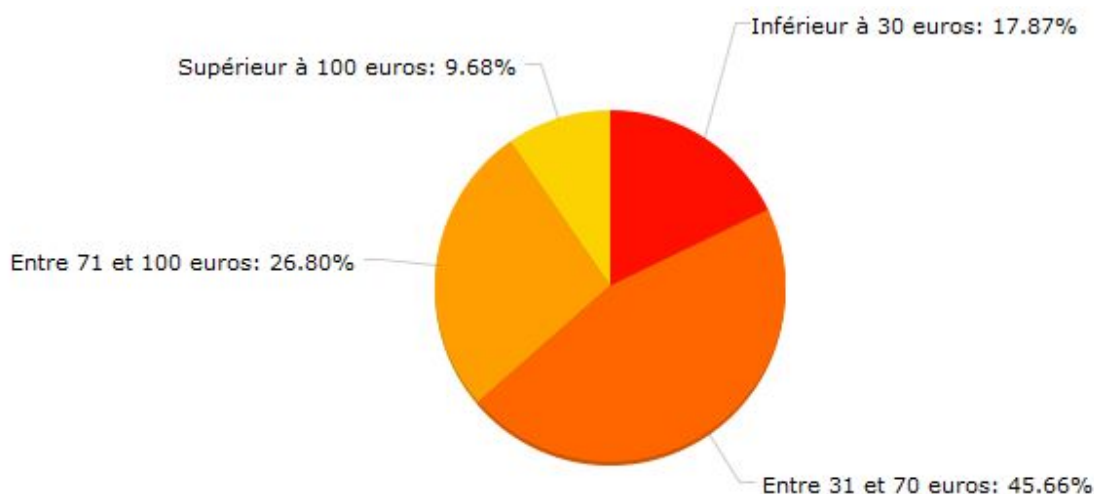
Prix moyen du panier pour le drive et les commandes sur internet



Prix moyen du panier pour les magasins de produits biologiques



Prix moyen du panier pour tout type de magasin



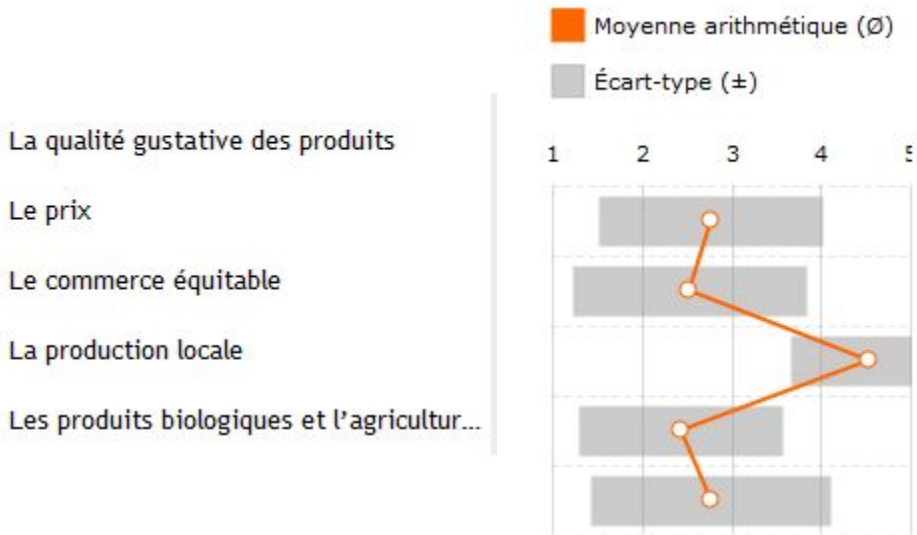
Vis à vis du panier moyen par passage en caisse, nous constatons une différence selon le magasin d'achat. En effet, les dépenses les plus importantes ont lieu lors de l'achat par le biais du drive puisque 73% des interrogés indiquent dépenser plus de 70€ par passage en caisse. Cette donnée descend à 43% pour les hypermarchés et supermarchés, 29% pour les magasins biologiques et moins de 17% pour les épicerie et les marchés. De plus, un tiers des achats au marché coûtent moins de 30 euros. Nous pouvons sûrement expliquer cela par la plus grande variété de produits présents dans les grandes surfaces et lors de l'achat par le drive. Ainsi, les consommateurs achètent tout le nécessaire pour la maison (alimentation, hygiène, petit bricolage, loisirs, animaux...) alors que ce n'est pas le cas pour les autres magasins.

Au regard des résultats le panier moyen dépend du type de magasin. Toutefois, dans plus de 72% des cas, le panier moyen se situe entre 31 et 100€. Nous remarquons également que le panier moyen le plus faible se situe au marché (une majorité de

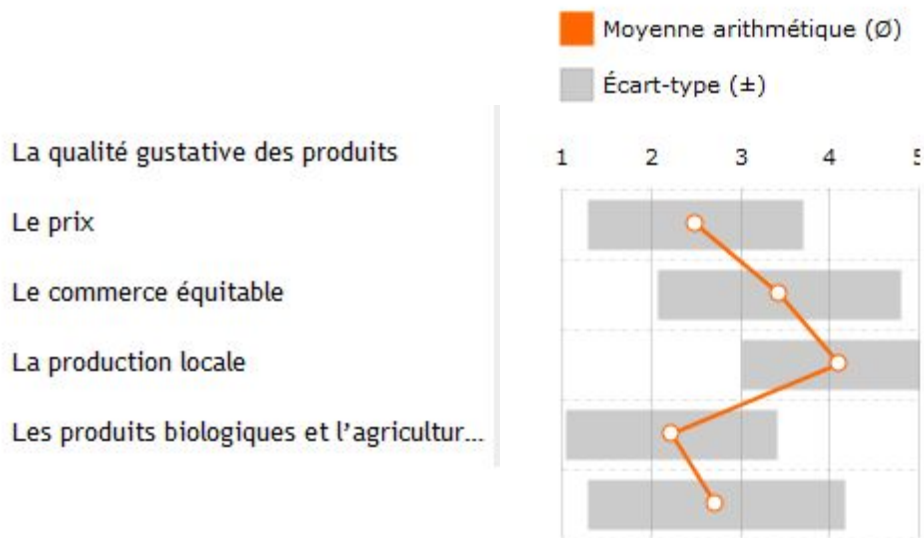
paniers à moins de 30€ et une absence de panier à plus de 100€) et le panier moyen le plus élevé concerne la vente par internet (73% des achats sont supérieurs à 70€).

Les critères de préférence d'achat selon le type de magasin

Achat en hypermarchés/supermarchés



Achat en supérette / épicerie



Achat sur les marchés

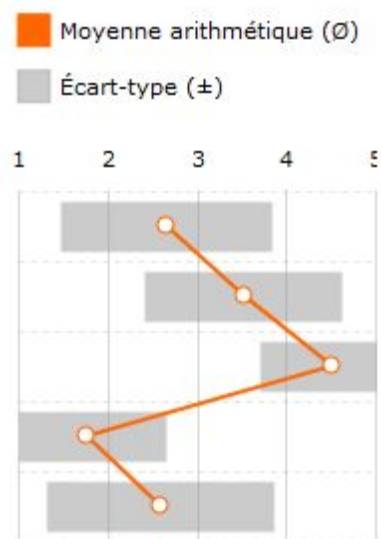
La qualité gustative des produits

Le prix

Le commerce équitable

La production locale

Les produits biologiques et l'agricultur...



Achat au drive

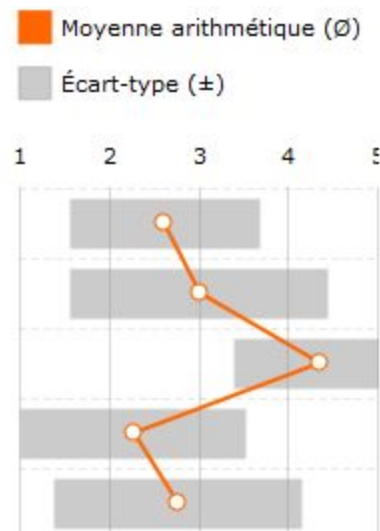
La qualité gustative des produits

Le prix

Le commerce équitable

La production locale

Les produits biologiques et l'agricultur...



Achat dans les magasins biologiques

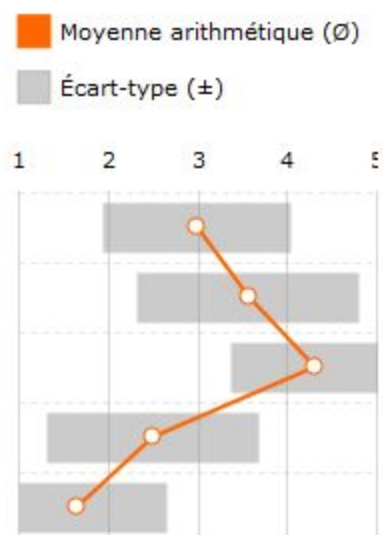
La qualité gustative des produits

Le prix

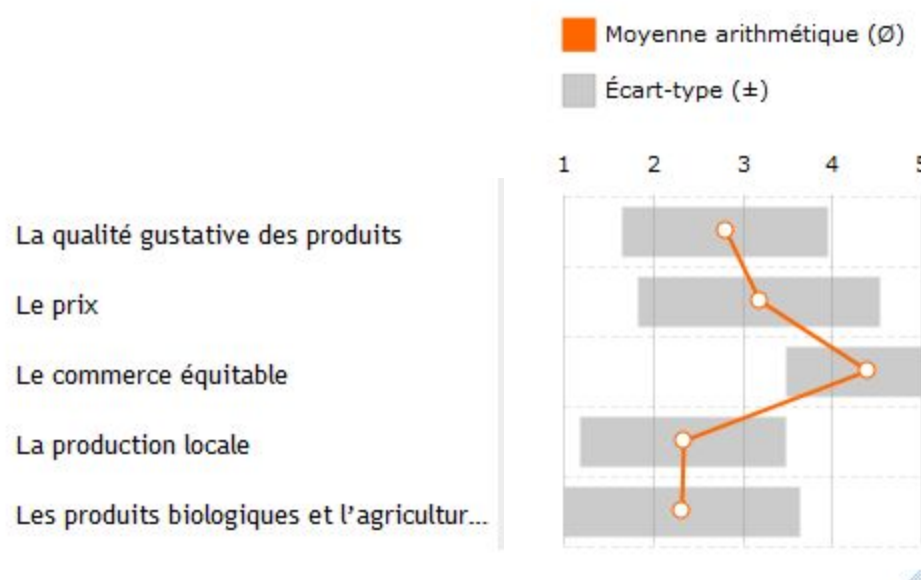
Le commerce équitable

La production locale

Les produits biologiques et l'agricultur...



Tout lieu confondu



Moyenne des préférences d'achat selon le type de magasin

	La qualité gustative	Le prix	Le commerce équitable	La production locale	Les produits biologiques
Supermarchés	2,76	2,53	4,52	2,43	2,76
Épiceries	2,5	3,43	4,1	2,23	2,73
Marché	2,65	3,52	4,5	1,75	2,58
Drive	2,62	3	4,35	2,27	2,76
Magasins biologiques	2,99	3,56	4,31	2,5	1,65
Tout lieu confondu	2,8	3,18	4,39	2,33	2,31
Classement	3	4	5	2	1

Tout lieu confondu, les produits biologiques et la production locale sont les premiers critères d'achat des consommateurs. Arrivent ensuite la qualité gustative des produits, le prix et en dernière position le commerce équitable. Nous avons analysé s'il y avait des différences selon le type de magasin. Dans tous les cas, le commerce équitable est choisi en dernier. Dans les supermarchés/hypermarchés, il y a une préférence pour la production locale et le prix, rapidement suivi par les produits biologiques et la qualité gustative des produits. Pour les autres magasins, les critères sont un peu différentes car le prix est choisi en quatrième position.

Concernant les trois premiers critères de choix :

- Dans les épiceries, nous retrouvons la production locale, la qualité gustative des produits et les produits biologiques.

- Sur les marchés, la production locale arrive bien en tête parmi les critères d'achat, suivi par les produits biologiques et la qualité gustative.
- Concernant les commandes sur internet ou l'utilisation du drive, la production locale est le premier critère, suivi de près par la qualité gustative des produits, les produits biologiques.
- Pour les magasins biologiques, nous avons sans surprise, le critère "produits biologiques et l'agriculture raisonnée" qui arrive largement en tête. Sont choisis ensuite la production locale, la qualités gustatives.

Pour conclure, nous notons que le commerce équitable n'est pas une préférence d'achat et qu'il y a un attrait pour la production locale et les produits biologiques.

Le vrac, plus pour réduire les déchets ou acheter la juste quantité ?

Sur une ligne de 0 à 100, 0 étant la réduction des emballages qui intéresse les consommateurs et 100 le fait de pouvoir acheter la juste quantité, la moyenne se situe à 28.77. Ceci signifie que les répondants se rendraient dans des magasins de vente en vrac essentiellement pour réduire leur déchet et non pas pour acheter la juste quantité.

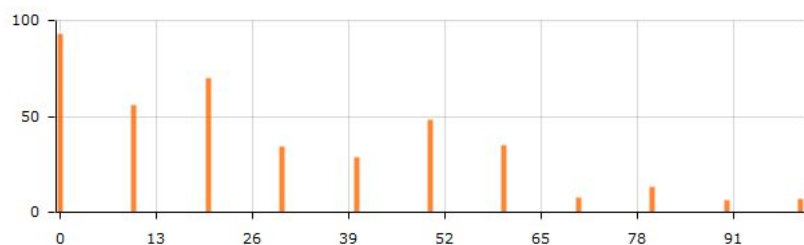
Nombre de participants : 399

0 = Réduire les emballages
100 = Acheter la juste quantité

Moyenne arithmétique : 28,77

Écart absolu moyen : 21,76

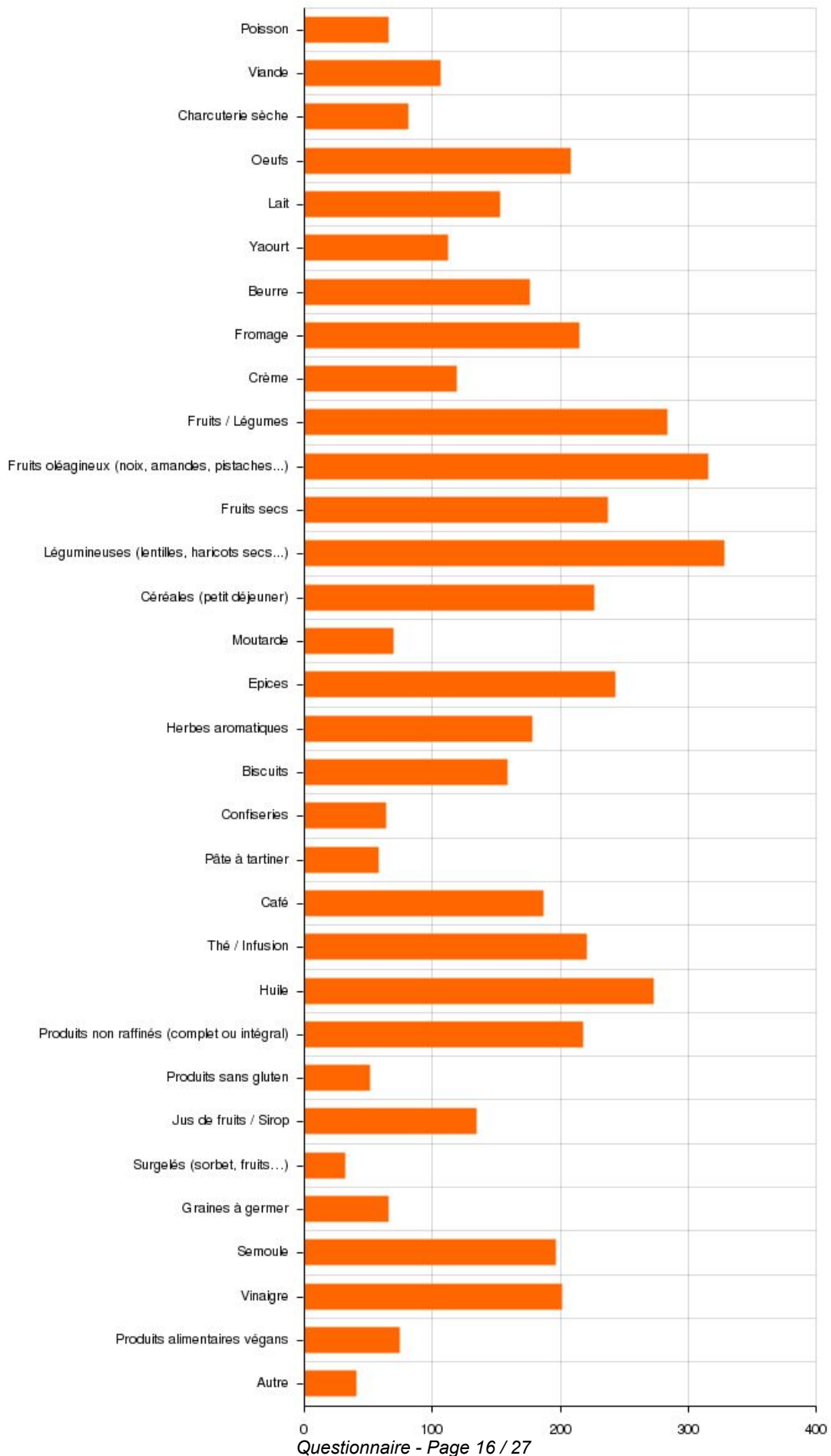
Écart-type : 25,92



Les produits que les consommateurs préféreraient trouver en vrac

Les produits alimentaires

Dans la liste de choix nous n'avons volontairement pas indiqué les pâtes, le riz, le sucre, le chocolat et l'alcool afin qu'elle ne soit pas trop conséquente. Si nous avons fait ce choix c'est pour connaître plus en détails le type de produits recherché (exemple, riz complet, chocolat blanc, bière...). Ainsi une autre question porte sur ces aliments là et nous avons permis aux répondants d'indiquer "je ne suis pas intéressé(e)" afin de connaître la pertinence du produit dans le magasin.



Au regard des résultats plus de trois quart des interrogés indiquent une volonté d'acheter en vrac des légumineuses (328 personnes) et des fruits oléagineux (316). Plus de la moitié montre un intérêt pour des fruits et légumes (284), de l'huile (273), des épices (243), des fruits secs (237), des céréales pour le petit déjeuner (227), du thé / infusion (221), des produits non raffinés (218), du fromage (215), des oeufs (208), du vinaigre (201). Plus d'un quart des personnes indiquent un désir de trouver en vrac du café (187 réponses), des herbes aromatiques (178 réponses), du beurre (176), des biscuits (159), du lait (153), du jus de fruits / du sirop (135), de la crème (119), du yaourt (112), de la viande (107). Enfin il y a un intérêt moindre pour la charcuterie sèche (81), les produits alimentaires végans (75), la moutarde (70), le poisson (66), les graines à germer (66), la confiserie (64), la pâte à tartiner (58), les produits sans gluten (51) et les surgelés (fruits, sorbet...) (32).

Dans la partie "autre" nous retrouvons de la poudre à cacao, du sel, des biscuits salés, des biscottes, des olives, du lait végétal, des graines (de courge/sésame...), de la poudre d'amande, de la levure et de la vanille.

Nous constatons que les légumineuses, les fruits oléagineux, les fruits et légumes, l'huile, les épices et les fruits secs sont les principaux produits alimentaires que les consommateurs interrogés souhaitent trouver en vrac. A contrario, il y a un intérêt moindre pour la charcuterie sèche, les produits alimentaires végans, la moutarde, le poisson, les graines à germer, la confiserie, la pâte à tartiner, les produits sans gluten et les surgelés (fruits, sorbet...).

Le chocolat

80% des réponses montrent un intérêt pour le chocolat. Parmi celles-ci, la demande de chocolat noir vendu en vrac arrive en tête (28% des réponses), puis le chocolat pâtissier (26%), le chocolat au lait (9%) et le chocolat blanc (3%). Enfin 3% des réponses montre un besoin en chocolat contenant d'autres ingrédients (parmi ceux cités, nous retrouvons du chocolat aux noisettes, noix, fruits, amandes, raisins...). 3% sont intéressés par du chocolat en poudre et 4% par du chocolat sous forme de pépites. Seulement 10 répondants souhaitent acheter du chocolat équitable et 6 du bio.

Quel(s) type(s) de chocolat souhaitez-vous trouver en vrac ?		
Crunchy	1	0,13%
Sans sucre	3	0,39%
Praliné	4	0,51%
Végan	5	0,64%
Bio	6	0,77%
Équitable	10	1,29%
Palets	12	1,54%
Autres ingrédients (noix, fruits, amandes...)	20	2,57%
Blanc	22	2,83%
En pépite	25	3,21%

En poudre	29	3,73%
Lait	70	9,00%
Pas intéressé	153	19,67%
Pâtissier	202	25,96%
Noir	216	27,76%
<i>Dont 100% cacao</i>	6	0,77%
<i>Dont 90% cacao</i>	18	2,31%
<i>Dont 85% cacao</i>	12	1,54%
<i>Dont 80% cacao</i>	17	2,19%
<i>Dont 75% cacao</i>	18	2,31%
<i>Dont 70% cacao</i>	53	6,81%
<i>Dont 65% cacao</i>	7	0,90%
<i>Dont 60% cacao</i>	6	0,77%
TOTAL	778	100,00%

Le sucre

Concernant les sucres, la cassonade ou le sucre roux en vrac sont mentionnés dans 35% des réponses. Le sucre en poudre est présent à 27% des réponses contre 5% pour le sucre en morceaux. 19% des réponses montrent un besoin pour l'achat de sucres non raffinés.

Quel(s) type(s) de sucres souhaitez-vous trouver en vrac ?		
La mélasse	1	0,15%
Équitable	2	0,31%
Vergeoise / Sucre roux de betterave	3	0,46%
Erable	3	0,46%
Stévia	3	0,46%
Agave	6	0,92%
Bio	7	1,07%
Sucre brun / Vergeoise	9	1,38%
Sucre glace	9	1,38%
Coco	21	3,21%
Sucre blond	22	3,36%
Sucre en morceaux	32	4,89%
Sucre non raffiné / Muscovado / Rapadura	127	19,42%
Sucre en poudre	179	27,37%
Cassonade / Sucre roux de canne	230	35,17%
TOTAL	654	100,00%

Les pâtes

20% des réponses indiquent une préférence pour les pâtes complètes (et 8% pour les pâtes semi-complètes), les spaghettis (15%), les coquillettes (10%), les lasagnes (8%) et les pâtes sans gluten (5%). 3% des réponses montrent un manque d'intérêt pour la vente de pâtes.

Quel(s) type(s) de pâtes souhaitez-vous trouver en vrac ?		
Riz	1	0,18%
Vermicelle	1	0,18%
Aux algues	1	0,18%
Pipe rigate	1	0,18%
Au sarrasin	1	0,18%
Torsade	1	0,18%
Pâtes fraîches	3	0,54%
Aromatisé	3	0,54%
Pâtes aux oeufs	4	0,73%
Linguine	5	0,91%
Local	5	0,91%
Nouilles	5	0,91%
Papillon	6	1,09%
A l'épeautre	6	1,09%
Cannelloni	6	1,09%
Fusilli	7	1,27%
Légumes	8	1,45%
Bio	10	1,81%
Pâtes blanches	11	2,00%
Macaronis	12	2,18%
Farfalles	12	2,18%
Torsades	12	2,18%
Tortellini	14	2,54%
Tagliatelles	16	2,90%
Pas intéressé	16	2,90%
Penne	26	4,72%
Sans gluten	27	4,90%
Lasagne	42	7,62%
Semi-complètes	45	8,17%
Coquillettes	54	9,80%
Spaghettis	80	14,52%
Complètes	110	19,96%
TOTAL	551	100,00%

Le riz

Plus d'un quart des réponses mettent en avant l'intérêt des questionnés pour le riz basmati, 15% pour le riz complet (et 5% pour le semi-complet); 15% également pour le riz rond et 10% pour le riz thaï. Du riz pour le risotto et pour faire des sushi sont également présents (5% et 2% des réponses).

Quel(s) type(s) de riz souhaitez-vous trouver en vrac ?		
Gluant	4	0,63%
Parfumé	4	0,63%
Rouge	4	0,63%
Local	4	0,63%
Bio	5	0,79%
Mélange 3 riz	7	1,11%
Noir	7	1,11%
Pas intéressé	7	1,11%
Arborio	8	1,27%
Riz à sushi	12	1,90%
Sauvage	14	2,22%
Blanc	18	2,86%
Long	28	4,44%
Semi complet	29	4,60%
Camargue	34	5,40%
Risotto	34	5,40%
Thai	61	9,68%
Rond	94	14,92%
Complet	97	15,40%
Basmati	159	25,24%
TOTAL	630	100,00%

La farine

Plus de 26% des réponses montrent un intérêt pour la farine de blé complet (T130), 12% pour la farine de riz, 11% pour la farine de sarrasin, 9% pour la farine de Maïs, 6% pour les farine de coco et de châtaigne, 5% pour la farine de pois chiche et 4% pour la farine sans gluten.

Quel type de farine souhaitez-vous trouver en vrac ?		
Farine de Blé T150 (intégral)	2	0,44%
Son	2	0,44%
Kamut	2	0,44%
Farine multi céréales	2	0,44%

Farine de Blé T110 (semi-complet)	3	0,66%
Farine d'avoine	3	0,66%
Boulangier	4	0,88%
Farine de froment	5	1,10%
Patissier	5	1,10%
Local	6	1,32%
Farine de Blé T80	7	1,55%
Farine de millet	7	1,55%
Farine d'épeautre	8	1,77%
Pas intéressé	8	1,77%
Farine bio	10	2,21%
Farine de seigle	17	3,75%
Farine de sans gluten	19	4,19%
Farine de pois chiche	22	4,86%
Farine de châtaigne	26	5,74%
Farine de coco	29	6,40%
Farine de maïs	42	9,27%
Farine de sarrasin	51	11,26%
Farine de riz	55	12,14%
Farine de Blé T130 (Complet)	118	26,05%
TOTAL	453	100,00%

L'alcool

Par rapport à la vente d'alcool en vrac, nous avons presque $\frac{1}{3}$ des réponses qui indiquent un manque d'intérêt pour leur présence en magasin (certains commentaires précisent cependant un intérêt pour la vente en consigne). Sinon c'est le vin (31.55%) et la bière (27.01%) qui sont les plus demandés.

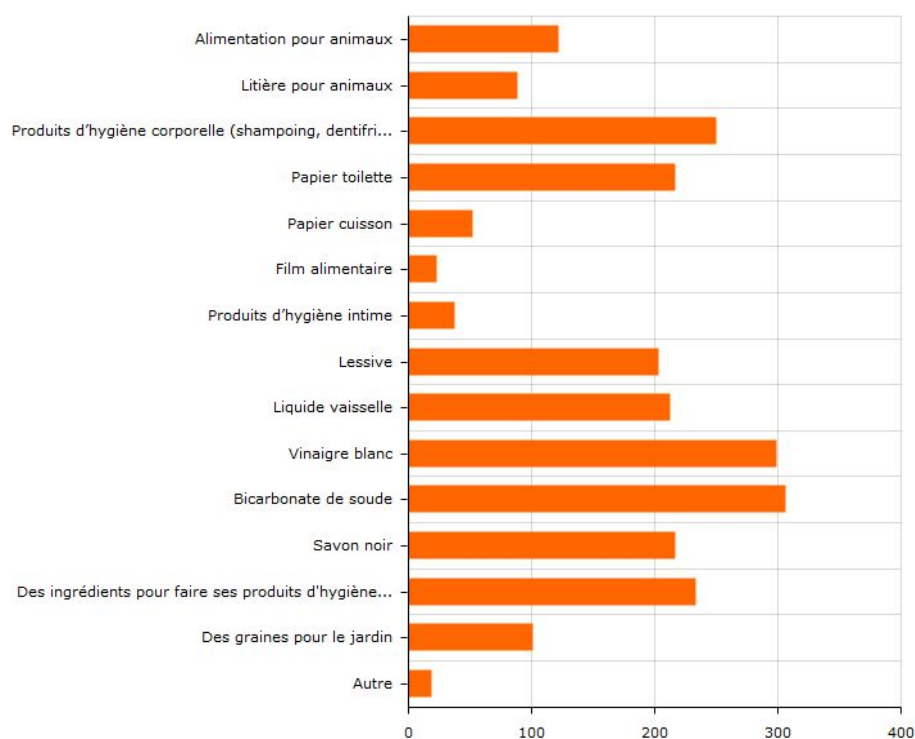
Quel(s) type(s) d'alcool souhaitez-vous trouver en vrac ?		
Mousseux	3	0,62%
Vodka	4	0,82%
Whisky	4	0,82%
Rosé	5	1,03%
Spiritueux	5	1,03%
Cidre	12	2,47%
Rhum	15	3,09%
Bière	131	27,01%
Aucun	153	31,55%

Vin	153	31.55%
<i>Dont rouge</i>	11	2.27%
<i>Dont blanc</i>	13	2.68%%
Total	485	100,00%

En outre, nous constatons un intérêt pour les produits non raffinés que ce soit pour la farine, le sucre, le riz ou les pâtes ainsi qu'une volonté de pouvoir acheter des produits spécifiques comme des pâtes sans gluten, de la farine de riz ou du chocolat noir à 70% de cacao. La vente en vrac d'alcool n'est pas la plus attendue avec plus d'un tiers de personnes non intéressées..

Les produits non alimentaires

Au regard des résultats, plus de trois quart des personnes montre un désir de trouver en vrac du bicarbonate de soude (306 personnes) et pour plus de la moitié du vinaigre blanc (299), des produits d'hygiène corporelle (shampooing, dentifrice solide...) (250), des ingrédients pour faire ses produits d'hygiène (233), du savon noir (217), du papier toilette (217), du liquide vaisselle (213) et de la lessive (203). Plus d'un quart des participants indiquent un intérêt pour acheter en vrac de l'alimentation pour animaux (112) et des graines pour le jardin (101). Enfin, il y a un moindre intérêt pour acheter en vrac de la litière pour animaux (89), du papier cuisson (52), des produits d'hygiène intime (38) et du film alimentaire (23).



Dans la partie "autre" nous retrouvons du coton en tissu bio, des lingettes, des tablettes pour lave-vaisselle, du savon de Marseille, du savon d'Alep, de l'eau de toilette, des huiles essentielles, du savon en paillette et de l'argile blanche.

Pour conclure, le bicarbonate de soude, le vinaigre blanc, les produits d'hygiène corporelle et les ingrédients pour les confectonner, le savoir noir, le papier toilette, le liquide vaisselle et la lessive sont recherchés par plus de 50% de nos panélistes.

Les freins

Les freins potentiels à faire ses courses dans des magasins de vente en vrac

Les participants avaient cinq choix maximum à faire parmi les neuf propositions. Les cinq premières réponses concernent les prix (54,1% des réponses), le manque de diversité (41.4%), le manque de traçabilité (36.1%), le risque d'être trompé(e) sur la nature du produit (30.3%) et des problèmes d'hygiène et de propreté (29.3%). Les difficultés de conservation (24.6%), d'organisation pour faire les courses (25.3%) et de rangement (15%), viennent ensuite.



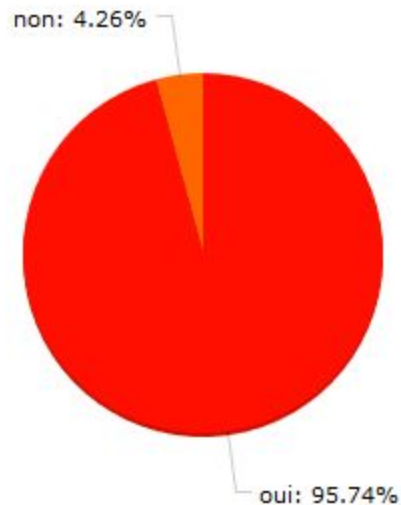
Comme autres remarques, il y a la distance du magasin par rapport au lieu d'habitation, l'absence de parking, et de produits bio et locaux. Certains indiquent également que rien ne les freinent pour acheter en vrac.

Nous constatons qu'il n'y a pas tellement de difficultés pour acheter en vrac et conserver les courses par la suite. Les freins concernent surtout le prix, le manque de diversité et le manque de traçabilité. Ainsi, il semble important de ne pas vendre que des produits vendus en vrac ou seulement des produits biologiques mais de proposer une plus large palette de choix et de prix afin de contenter les consommateurs.

Les services du vrac

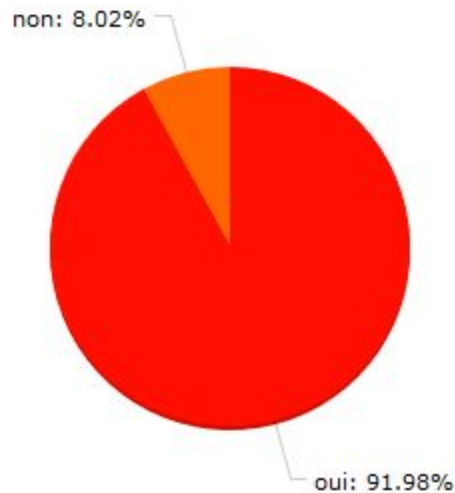
La consigne

95.74% des répondants indiquent être intéressés par un système de consigne.



Les produits avec emballage en verre

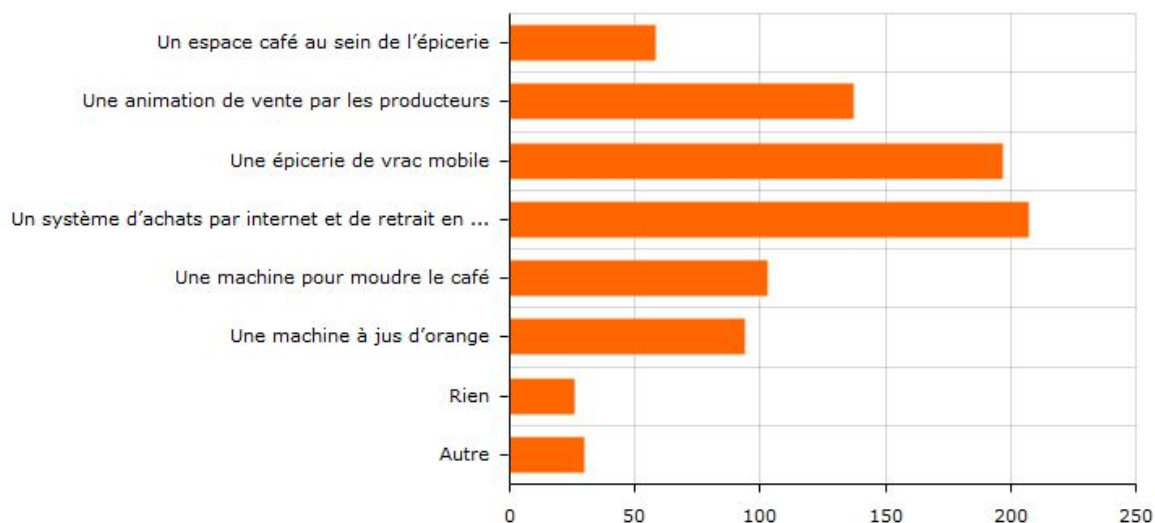
91.98% des personnes se disent intéressés pour avoir à disposition des produits emballés dans du verre à défaut d'être en vrac ou consignés.



Il y a un intérêt des consommateurs à ne pas trouver seulement du vrac mais également des produits consignés et des produits contenus dans du verre. Ce constat se rapproche de la volonté d'avoir des produits variés.

Les services

Les participants avaient trois choix maximum à faire parmi les huit propositions. Les trois premiers choix sont : un système d'achat par internet et de retrait en magasin (52% des réponses), une épicerie en vrac mobile (50%) et des animations de vente par des producteurs (34%). On retrouve ensuite une machine à moulin le café (26%), une machine à jus d'orange (24%) et un espace café au sein de l'épicerie (15%). 7% des réponses indiquent un désintérêt pour d'autres services.



Concernant les réponses "autre", les intérêts se portent sur des ateliers pour s'améliorer à réduire ses déchets, la possibilité de pouvoir déposer ses épluchures, des événements autour du développement durable, des achats directs auprès de producteurs certains jours (consignés), la présence de consigne pour les bouteilles de lait, une livraison à domicile ou une ouverture tardive (21 heures), des informations diverses autour de l'écologie, des conseils d'achats et de stockage, une broyeuse pour la purée d'amande, la fonction "tare" sur les balances pour amener ses propres contenants ou proposer des paniers comme en AMAP.

La pesée

Au niveau du style de pesée, il n'y a pas de préférence entre une pesée en libre-service et une lors du passage en caisse. En effet, 44.1% des personnes ont indiqué "peu importe", 31.6% une pesée en libre accès et 24.3% au passage en caisse.

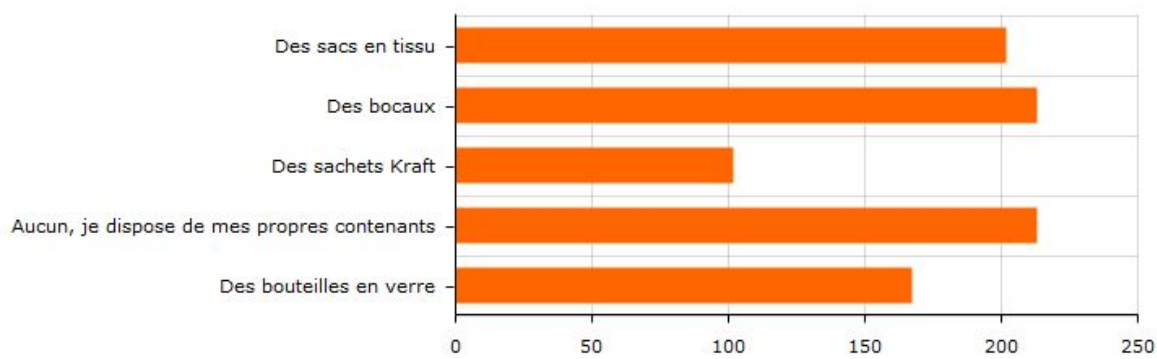


Ainsi, la majorité de nos panélistes sont intéressés par des services supplémentaires, notamment pour un drive ou une épicerie en vrac mobile, et ils ne manquent pas d'idées (avoir des ateliers pour s'améliorer à réduire les déchets ou pouvoir déposer les épluchures). Le type de pesée (en libre service ou non) n'a pas d'importance pour les personnes interrogées.

Les contenants

53.3% des réponses indiquent que les personnes amènent déjà leur propre contenant et n'ont par conséquent pas besoin d'en acheter dans le magasin. Sinon les bocaux arrivent en

tête des réponses (53.4%), puis les sacs en tissu (50.6%), les bouteilles en verre (41.9%) et les sachets krafts (25.6%).



De ce fait, un quart des interrogés souhaitent tout de même trouver des sachets krafts malgré le fait que cela génère des déchets. Les autres modes de contenants semblent avoir leur importance dans l'épicerie avec plus de 50% de demande.

Informations souhaitées sur les produits

Nous avons souhaité connaître les informations que les consommateurs voulaient avoir sur les produits. Hormis les données obligatoires (pays d'origine, DLC, prix...), il ressort un intérêt important pour une explication du mode de cuisson et de préparation (28% des réponses), une information plus précise sur le lieu de fabrication du produit (région, voire le département ou la ville) (16%), des conseils sur le mode de conservation (13%), une fiche détaillée sur les producteurs (12%), des recettes suggérées (10%), la présence des apports nutritionnels (7%), une information sur la date de production (5%) et de celle de mise en rayon (4%), la distance parcourue par le produit et /ou le CO2 dégagé (4%) et la part de revient au producteur et au vendeur (1%).

Quelles informations souhaitez-vous avoir sur les produits ?

Part de revient producteur / vendeur	2	0,93%
CO2 dégagé par le transport - distance	8	3,72%
Date de mise en rayon	9	4,19%
Date de production - de la cueillette	11	5,12%
Apports nutritionnels	14	6,51%
Recette (pas que alimentaire)	21	9,77%
Fiche du producteur	26	12,09%
Mode de conservation + temps	29	13,49%
Région / Département / Ville	34	15,81%
Conseil de cuisson + préparation	61	28,37%
TOTAL	215	100,00%

Les participants sont fortement intéressés par des conseils de préparation et conservation ainsi que des informations complémentaires sur les produits. En effet,

12% des réponses montrent une volonté d'avoir accès à une fiche descriptive sur le producteur.

Votre magasin vrac

A côté de chez vous

69% des répondants disposent d'une épicerie vrac à côté de chez eux et pourtant 13% d'entre-eux ne réalisent pas leurs courses là-bas. Au niveau des raisons évoquées, nous avons les prix trop élevés, la distance, le manque de choix, le fait qu'il y ait majoritairement du bio (et que cela fasse augmenter les prix) et le manque d'amplitude horaire.

Pourquoi ne faites vous pas vos courses dans l'épicerie de vente en vrac ?		
Ferme trop tôt	3	6,67%
Que du bio	5	11,11%
Choix insuffisant	8	17,78%
Trop loin	14	31,11%
Trop coûteux	15	33,33%
TOTAL	45	100,00%

Autres informations

Dans la dernière question (question ouverte non obligatoire), les personnes interrogées ont mis en avant la volonté d'avoir des épiceries sans emballage en campagne ; de développer davantage les produits présents pour ne pas proposer que des produits biologiques et de ne pas se focaliser uniquement sur le vrac mais aussi sur le local.