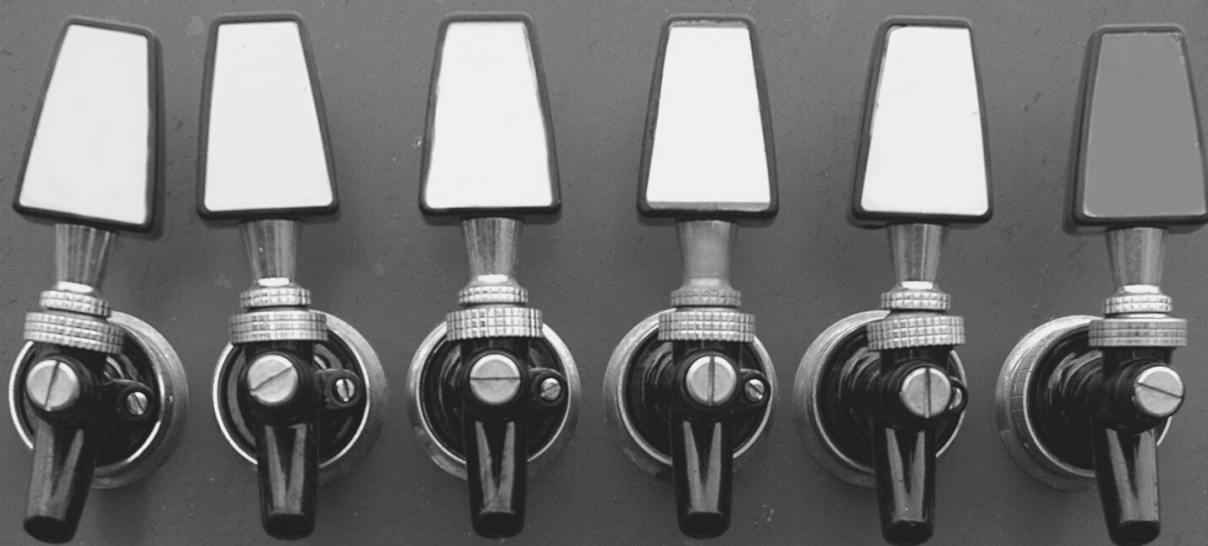




METTRE DE L'ORDRE DANS LE VRAC

MINIBOOK 2021

INTRODUCTION	p. 1
Cosmétique en vrac : un marché qui monte	p. 3
Le vrac, c'est parti !	p. 5
La loi AGECE et ses impacts sur les produits cosmétiques	p. 10
Le vrac : nouveau mode de distribution bientôt incontournable	p. 15
DGCCRF : Bilan des contrôles et perspectives 2021	p. 24
Emballages réemployés : consultation sur le projet de décret	p. 30
Le Plastic Act de la FEBEA : un plan d'actions pour des emballages cosmétiques durables	p. 32
Vrac : l'art et la manière	p. 35
Cosmétique solide : les points de vigilance réglementaires	p. 36
Les différentes problématiques de la cosmétique solide	p. 40
Projet recharge : un petit pas pour l'homme, un grand pas pour Mustela	p. 43
Unilever met un coup d'accélérateur sur le refill	p. 45
Léa Nature met le cap sur le vrac	p. 46

Introduction

La vente en vrac est longtemps restée un mode de distribution de niche, cantonnée à des points de vente bien spécifiques et réservée à l'alimentaire. Elle devient aujourd'hui plus que tendance, quand ce n'est pas un passage obligé. 62 % des foyers français souhaitent pouvoir trouver plus de produits en vrac dans leurs magasins, et cela concerne les produits d'hygiène et de beauté pour 43 % d'entre eux, qui aimeraient trouver leurs marques habituelles en vrac, dans leurs commerces habituels.

Mais plus encore que les attentes des consommateurs de plus en plus enclins à consommer de façon plus responsable, les différentes règlementations (loi AGEC, loi Climat et Résilience...) ont mis un coup d'accélérateur à la démocratisation de ce type de distribution, qui a gagné le secteur cosmétique.

Proposer des cosmétiques en vrac ou à la recharge peut sembler facile en apparence, mais certaines contraintes (réglementaires, d'hygiène, de formation des équipes de vente...) rendent le parcours ardu et plus complexe qu'il n'y paraît.

C'est dans l'optique de donner aux professionnels de la filière toutes les clés du vrac que ce Minibook a été conçu. Il fait le point sur le cadre réglementaire et sur la tendance du vrac. Il permet aussi d'identifier les enjeux de formulation de certains types de produits. Enfin, il propose des témoignages concrets de marques et d'entreprises de conditionnement.

VENTE EN VRAC

Les points essentiels

CADRE RÉGLEMENTAIRE



- ♥ Vente en vrac = la vente au consommateur de produits présentés sans emballage, en quantité choisie par le consommateur, dans des contenants réemployables ou réutilisables. Proposée en libre-service, ou en service assisté dans les points de vente ambulants. Elle peut être conclue dans le cadre d'un contrat de vente à distance. Article L. 120-1 Code de la consommation.
- ♥ Tous les types de produits doivent pouvoir être vendus en vrac, sauf exception dûment justifiée par des raisons de santé publique.

- ♥ Le fabricant est Personne Responsable et doit intégrer dans le DIP toutes les étapes de la vente en vrac dans l'évaluation de la sécurité de ses produits, en prenant en compte les équipements de distribution, la détermination de la date de péremption, l'étiquetage...

- ♥ Il est nécessaire de contractualiser les responsabilités entre les différents acteurs de la distribution en vrac : fournisseur, fabricant, commerçant...



EN MAGASIN



Tous les commerces de plus de 400 m² doivent consacrer 20 % de leur surface de vente au vrac d'ici 2030.

- ♥ Dans les commerces de détail, le contenant réutilisable ou réemployable peut être fourni par le détaillant sur le lieu de vente ou être apporté par le consommateur, dans la mesure où ce dernier est visiblement propre et adapté à la nature du produit acheté.

- ♥ Le consommateur bénéficie du droit d'être servi à la quantité qu'il choisit.



Le consommateur doit repartir du point de vente avec un contenant étiqueté, portant les mêmes informations obligatoires que celles prévues pour un produit préemballé.

- ♥ Les points de vente doivent être formés aux bonnes pratiques de la vente en vrac.

- ♥ L'affichage du protocole de nettoyage des contenants réemployables est obligatoire en France pour les produits cosmétiques.



Le consommateur devient un acteur clé du mode de consommation en vrac et il en assume certaines responsabilités, mais cela doit passer par une information claire en magasin.



© CosmeticOBS-L'Observatoire des Cosmétiques, 2021
8 rue Bernard Iské
92350 Le Plessis-Robinson – France

29,80 €
ISBN : 979-10-92544-98-5



info@cosmeticobs.com
cosmeticobs.com