



REVUE DE PRESSE 2021

Challenge^s

Le Parisien

LA VOIX DU NORD

COMMERCE & CONSOMMATION
USA

Les Echos

éditions DAUVERS

EMBALLAGES
MAGAZINE

BIO
LINEAIRES

CIRCUITS BIO
LE SPECIALISTE DES MAGASINS BIO



Jean Bouteille

- Jean Bouteille : offre spéciale pour des précommandes de sauces et de confitures vrac du 15 décembre au 15 janvier



Après plus d'1 an de R&D, Jean Bouteille ouvre des précommandes de sauces et confitures bio, engagées et adaptées au vrac. La marque propose désormais des fontaines permettant

Réseau Vrac - association de loi 1901 - 5 rue Gabriel Laumain, 75010 Paris

9

MAG DU VRAC – OCTOBRE / NOVEMBRE / DÉCEMBRE

une distribution en vrac sécurisée de ces produits, avec un service facilité pour le consommateur. Des sauces (Ketchup, mayonnaise et moutarde) d'un producteur local des Hauts-de-France et des confitures du Mas de l'Armandine (adhérent de Réseau Vrac) bio font désormais partie de la gamme de Jean Bouteille.

Les offres :

- **Mise à disposition gratuitement des fontaines pour distribuer les sauces et confitures**

Exclusivement pour les magasins vrac ou magasins bio clients de Jean Bouteille en 2020, l'entreprise met à disposition gratuitement des fontaines pour distribuer les sauces et confitures !

Réservez produits et fontaines

Économie circulaire

Zéro déchet

Leïla Le Douaran

Le 6 janvier 2021

4 minutes pour apprendre quelque chose d'utile

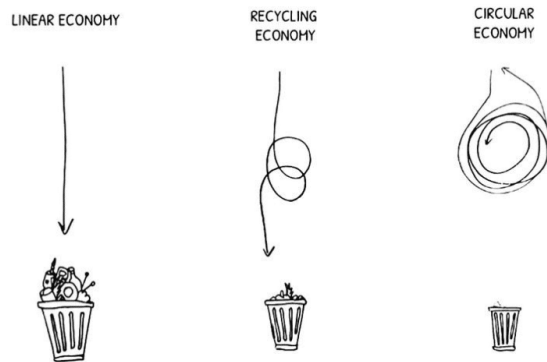


À l'heure où notre modèle économique linéaire dévoile ses limites, la démarche Zéro déchet se présente comme une alternative pour faire de nos modes de production et de consommation des modèles viables. Favoriser une économie circulaire en réduisant drastiquement nos déchets, voilà un enjeu primordial pour notre monde de demain.

↓

Le Zéro déchet, c'est quoi ?

Adopter une démarche Zéro déchet, c'est chercher à réduire drastiquement nos quantités de déchets que ce soit par des alternatives aux produits à usage unique, le réemploi des objets de la vie courante, le compostage ou encore le tri et le recyclage. Choisir le Zéro déchet c'est donc favoriser une économie circulaire (ou à défaut une économie du recyclage) à une économie linéaire afin de lutter contre le gaspillage et d'œuvrer en faveur de la transition écologique.



Source : Zéro Waste France

Cette démarche part du constat que nos modes de production et de consommation ne sont plus viables. En effet, force est de constater que nous prélevons à l'heure actuelle plus de ressources que ce que la planète peut nous offrir et que nos modes de production et de consommation sont à l'origine de déchets polluants, et ce, même lorsqu'ils sont correctement collectés.

En France par exemple, chaque année, 18 millions de tonnes de déchets sont envoyées en décharge, et près de 14.5 millions de tonnes sont incinérées. Face à ces deux problématiques, il est urgent d'opérer un changement de paradigme, changement dans lequel le Zéro déchet a un rôle crucial à jouer.

Pour aller plus loin

C'est en 2002, que la démarche Zéro déchet a vu le jour, à San Diego (Californie) lorsqu'un certain Richard Anthony a fondé une première association afin de promouvoir l'idée d'une économie qui pourrait à la fois créer de l'activité et préserver la planète grâce à un objectif Zéro waste. Son projet s'est ouvertement inspiré des travaux d'un universitaire étasunien, Paul Connett, auteur de « The Zero Waste Solution » dont l'ambition est de passer d'une société du jetable à une société du durable.

Tout objet produit nécessite une quantité d'énergie grise (extraction des intrants, production, transport, recyclage/destruction) à laquelle s'ajoute l'énergie dépensée pendant la durée de vie de l'objet, que ce soit un téléphone ou une voiture, par exemple. Ajouté à cela l'obsolescence programmée de la plupart des produits manufacturés (téléphone, tablette ou fer à repasser) on en arrive à la conclusion que nous consommons plus que ce que notre chère planète peut nous offrir.

On estimait, par exemple, qu'en 2014 il aurait fallu 4.97 planètes si tous les habitants avaient eu le niveau de vie d'un Nord Américain ou encore 2,79 planètes si l'on prend en considération cette fois le niveau de vie moyen d'un Français. Ainsi, tout l'enjeu est d'apprendre à réutiliser ce qu'on a déjà produit au lieu de le jeter et de le remplacer et ainsi de trouver des alternatives à notre modèle linéaire actuel.

Trois données chiffrées établies par l'ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) permettent de mesurer les enjeux de cette démarche. En France, en 2019, chaque français a produit 354 kg d'ordures ménagères. Si l'on intègre à cela la totalité des déchets

produits dans chaque commune cette quantité atteint les 536 kg par habitant. Et si l'on prend en compte les déchets dits professionnels, (c'est-à-dire issus des industries, du BTP mais aussi de l'agriculture ou encore des soins hospitaliers) le résultat est alors multiplié par plus de 3 et s'élève à 1 800 kg par an et par habitant.

Si rien n'est fait, cette quantité doublera tous les 10 ans... D'où l'enjeu de réduire cette quantité effrayante si nous ne voulons pas vivre dans une poubelle planétaire.



Comment adopter une démarche Zéro déchet ?

Afin d'éviter ce drame, les pouvoirs publics utilisent la TI (Tarification Incitative) afin d'encourager les comportements vertueux et de sanctionner à l'inverse les traitements polluants des entreprises, des collectivités et des citoyens. À ce levier incitatif de taxation, souvent critiqué par la faiblesse de son taux notamment en ce qui concerne la taxe générale sur les activités polluantes (TGAP), s'ajoute la nécessité d'une prise de conscience individuelle et d'une réflexion citoyenne autour de l'objectif Zéro déchet.

En effet, le Zéro déchet se caractérise principalement par la somme de toutes les initiatives individuelles et quotidiennes. Parmi celles-ci, on peut par exemple citer les quelques règles d'or suivantes :

- Refuser ce qui finira inéluctablement à la poubelle (prospectus, publicités, journaux dits gratuits, tickets de caisse) en collant un Stop Pub sur boîte aux lettres par exemple,
- Acheter (idéalement) en vrac afin de supprimer les emballages inutiles,
- Donner une seconde vie à tout ce qui peut être donné, échangé, troqué et adhérer à des groupes de partage pour mutualiser ce qui peut l'être (outillage électroportatif, matériel de jardinage),
- Acheter moins en privilégiant la durée d'utilisation de nos vêtements comme de nos appareils,
- Composter tout ce qui peut l'être,
- Fabriquer ses produits ménagers,
- En dernier recours, avant de jeter, faire un tri extrêmement sélectif pour éviter enfouissement et incinération des ordures ménagères résiduelles.

De plus, de nombreuses associations mettent en place des projets et des campagnes pour sensibiliser aux enjeux de cette démarche comme l'association Zéro Waste présente dans de nombreux pays (Etats-Unis, France, Canada, Brésil...). Ainsi par exemple, en mars 2020, Zero Waste France a dépassé les 100 groupes locaux qui sont des collectifs de citoyens et d'associations membres de Zero Waste France qui promeuvent le zéro gaspillage grâce à des campagnes et des actions menées sur le territoire au niveau local.

Enfin, certaines entreprises ont aussi fait le choix de faire de cet enjeu une de leurs priorités en focalisant leur offre sur le réemploi d'objet de la vie courante, le tri et le recyclage. En effet, il ne vous est sans doute pas inconnu des noms tels que Bas les Pailles, Back Market ou encore Esprit Planète, Hamac, Hop ou encore la startup Jean Bouteille.

FOCUS INNOVATION



JEAN BOUTEILLE

N'ACHÈTEZ QUE L'ESSENTIEL

FINAUSTE CIRCULAR
CHALLENGE 2017.



**LE VRAC ET LA
CONSIGNE
RÉEMPLOYÉE : DES
RÉPONSES
AU BESOIN DE
CONSOMMATION
RESPONSABLE.**

LIRE LA SUITE



CIBLES :
magasins bio et épiceries, moyennes et grandes
surfaces non bio

STADE DE DÉVELOPPEMENT :
commercialisation, diversification de l'offre de liquides

ACTUALITÉ :
pendant la crise sanitaire 2020, initiateur du
collectif @sauvonslabiere

PARTENAIRES :
Région Hauts de France, Lille Métropole,
BPL, Raise

CHIFFRE D'IMPACT :
700 points de vente en France

**OBJECTIFS DE
DÉVELOPPEMENT DURABLE :**



PLUS D'INFOS SUR :
www.jeanbouteille.fr



PRATICO PRATIQUE

alternego

CONSEIL | FORMATION | RECHERCHE



6 START-UPS INNOVANTES ET INSPIRANTES QUI VONT CHANGER NOS HABITUDES

Tenue pour la première fois le 11 mars 2017 et célébrée tous les ans depuis, la journée internationale des start-ups trouve son origine dans une initiative ivoirienne des promoteurs de [l'African Startup Forum](#) (ASF), centre non gouvernemental accompagnant les jeunes créateurs d'entreprise dans le développement et la promotion de leur projet.

Cette journée est une belle occasion de mettre en lumière ces jeunes pousses technologiques et innovantes à fort potentiel de croissance et à travers elles, celles et ceux qui font preuve d'audace, de [créativité](#), d'agilité et de résilience. Les start-ups tentent, expérimentent, apprennent, se trompent et recommencent jusqu'à trouver la bonne recette et un modèle économique viable. De plus en plus d'entre elles œuvrent à créer des produits et services novateurs à impact positif sur notre société et sur l'environnement. La France en compte aujourd'hui plus de 10 000, un nombre en [augmentation de plus de 20%](#) chaque année qui bat également des records en termes de financement : [5 milliards d'euros](#) récoltés par les startups

tricolores sur l'ensemble de l'année 2020 ! De quoi susciter des vocations ... A ce titre, l'événement digital [Start-up For Teens](#) en fait la promotion auprès de jeunes publics de 12 à 20 ans en les incitant à devenir acteurs de leur avenir. Conférences exploratoires pour découvrir les métiers du numérique, de l'[innovation](#) et de la technologie, apprentissages ludiques, ateliers de créativité, rencontres avec des professionnels des secteurs dans l'optique de trouver un stage, accompagnement par des coachs pour développer ses soft skills ... un programme complet et gratuit pour donner aux collégiens et lycéens les moyens d'envisager les métiers de demain. Cela nous a donné envie de vous présenter des start-ups qui nous tiennent particulièrement à cœur !

TOOLPAD, L'OUTIL D'INCLUSION NUMÉRIQUE

Forte du constat que 13 millions de Français souffrent aujourd'hui de la fracture numérique, cette startup tourangelle à l'initiative de 3 étudiants, [Adrian Guéry](#), Alexandre Fauchard et Justin Martin, s'est donnée pour mission de rendre accessible à tous l'utilisation de l'informatique. En découle Toolpad, une solution simple, ergonomique qui, grâce à un boîtier à écran tactile branché en USB à un ordinateur, permet d'assister n'importe quel usager en lui facilitant ses démarches administratives ainsi que l'utilisation de logiciels parfois complexes. Déjà identifié par [une étude de l'Insee en 2019](#) comme source de vulnérabilité sociale, l'[illectronisme](#) (rapprochement de « illettrisme » et « électronique ») est un enjeu de politique publique sachant que la pandémie a accéléré la transition numérique et que le gouvernement s'est donné comme objectif la [dématérialisation totale des démarches administratives d'ici 2022](#). Dans ce contexte, la solution Toolpad a devant elle de belles années de service d'utilité publique !

K-RYOLE, LA VÉLO-LOGISTIQUE POUR RÉDUIRE L'IMPACT CO2

Sans le savoir vous en avez sûrement déjà vu dans les rues, à une période où les livraisons propres à vélo fleurissent dans toutes les villes de France ! K-Ryole, start-up créée par Nicolas Duvaut et Gilles Vannier, deux amis ingénieurs de Centrale-Supelec, s'est attaquée à optimiser et rendre plus verte la logistique du dernier kilomètre, la plus coûteuse pour les organisations, tant sur le plan financier – 20% du coût du transport – qu'au niveau écologique soit [25% des émissions de gaz à effet de serre](#). Pari réussi ! Jusqu'à 250 kg de marchandises sont transportés et livrés à vélo sans effort pour le livreur qui passe partout et notamment sur les pistes cyclables. Un autre avantage non négligeable : la remorque peut s'utiliser de façon indépendante et être maniée à la main. La spécificité de leur innovation ? Une technologie qui permet à la remorque de s'adapter à la vitesse du vélo qui la tracte et d'être utilisée avec n'importe quel type de vélo. Cette « charrette intelligente » a du succès : Franprix, Biocoop, Leroy Merlin mais aussi la Ville de Paris font déjà partie des clients. K-Ryole participe à changer la physionomie de nos villes pour les rendre plus propres, calmes et agréables à vivre, tout en prenant en compte le bien-être au travail et la sécurité des livreurs.

JEAN BOUTEILLE, LA BOUTEILLE CONSIGNÉE ET RÉUTILISABLE

Une autre belle façon de changer le profil de nos villes et de nos cuisines ! La start-up Lilloise Jean Bouteille réinvente la consigne en l'associant à la vente en vrac pour contribuer à la réduction des emballages à usage unique pour les liquides. Le concept est simple et efficace : le consommateur adopte une Jean Bouteille et la réutilise pour acheter tous ses liquides, de l'huile d'olive au shampoing, en passant par la lessive et même le vin ! Une idée qui va au-delà d'une mise à disposition des

bouteilles, puisqu'elle intègre également tout le cycle de distribution. Jean Bouteille propose ainsi aux magasins la location/vente des meubles pour vrac liquide alimentaire et non alimentaire, la mise en place des bouteilles consignées réutilisables, la fourniture des liquides et la location/vente d'une mini-laveuse, voire la gestion d'une unité de lavage. En amont, la chaîne de production est également vertueuse : fontaines à liquides en matériaux de recyclage ou réutilisables issus de production écologique, systèmes électroniques produits majoritairement en Europe sur la base de logiciels open-source, collaboration avec des ESAT locaux ou encore produits liquides issus de productions responsables et biologiques labellisés. Ce nouveau concept gagne nos supermarchés et s'exporte dorénavant en Europe. Chaque mois 30 à 40 nouveaux sites s'équipent et élargissent le réseau. Quand on sait que chaque français produit [354 kg d'ordures ménagères par an](#), ce beau projet qui a pensé à tout en remettant au goût du jour une pratique désuète mais efficace, associée aux innovations technologiques, prend un tour essentiel...

PHÉNIX, LA SOLUTION CONTRE LE GASPILLAGE

Selon un [rapport de l'ADEME](#) (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie), 18% de notre production alimentaire est gaspillée tous les ans, soit 10 millions de tonnes de déchets alimentaires produits. La start-up Phénix s'est lancé le défi de contribuer à réduire fortement ce gaspillage, en partant du principe que « lorsqu'on jette quelque chose, c'est simplement que l'on n'a pas trouvé quoi en faire ». A travers une application mobile et une plateforme BtoB, Phénix propose des solutions sur-mesure de recyclage et de redistribution des invendus de la grande distribution aux petits commerçants, en passant par les restaurants. Dons des invendus à des associations partenaires, dons des restes pour l'alimentation animale, stickage des dates

courtes en rayon, ventes de paniers surprise ou à prix réduits sur l'application sont autant de solutions proposées par la start-up à tout l'écosystème de l'industrie alimentaire, et qui contribuent à faire de Phénix [« une sorte de banque alimentaire 2.0 »](#) selon son co-fondateur et président, Jean Moreau. Par son rôle de conseil et son approche pédagogique par la prévention, Phénix crée un cercle vertueux en revalorisant les invendus, en améliorant les rendements des producteurs et en permettant de ce fait des économies importantes sur toute la chaîne tout en préservant la planète.

PICTO ACCESS, L'ACCESSIBILITÉ POUR TOUS

Tant qu'on ne le vit pas, on ne s'en aperçoit pas, et pourtant l'accessibilité en ville est loin d'être acquise pour tous : 9 personnes sur 10 éprouvent des difficultés d'accessibilité lors de leurs déplacements selon une [étude Ifop](#) réalisée pour l'AFP France Handicap. Familles avec poussette, seniors, personnes en situation de [handicap](#), il n'est pas toujours évident de se déplacer en totale autonomie dans nos villes, et ce malgré la [loi du 11 février 2005](#) qui rend l'accessibilité obligatoire pour tous les déplacements de la vie collective. Face à ce constat, Justin Marquant décide de créer Picto Access avec deux autres associés, un service innovant à destination d'utilisateurs individuels et de professionnels recevant du public. Pour les premiers, l'appli Picto Access gratuite leur donne des informations sur l'accessibilité de leurs lieux de déplacement. Pour les seconds, la souscription à un abonnement leur offre un accès à un service permettant de qualifier l'accessibilité de leurs établissements via de petits pictogrammes sur l'application, de valoriser leurs investissements et de communiquer auprès des usagers afin d'en faire un atout commercial. Résultat : de nombreux clients à son actif dont la Maif, Veolia, ou encore Keolis, et une volonté de

poursuivre son déploiement en France et à l'international grâce à un important tour de table qui vient d'être bouclé.

FLEUR D'ICI, LES FLEURS ÉTHIQUES

Et pour finir notre tour des start-ups inspirantes, un peu de poésie ! Fleurs d'ici, entreprise à mission et engagée, est la première marque de fleurs éthiques, 100% française. Derrière les fleurs se cachent des conditions d'exploitation non respectueuses de l'environnement et des humains. Saviez-vous qu'un bouquet de roses importées représente [l'équivalent d'un aller-retour Paris-Londres en avion](#) ? Un sacré cadeau empoisonné pour la Saint Valentin ! C'est ce qu'a dénoncé l'hashtag *#pasderoserougealasaintvalentin* cette année afin de sensibiliser les consommateurs au poids des fleurs importées dans notre bilan carbone. Pour répondre à ce défi de taille et peu connu, Hortense Harang et Chloé Rossignol ont fondé Fleurs d'ici qui propose des fleurs locales et de saison dans de superbes compositions à offrir ponctuellement ou à adopter en abonnement. Au-delà de l'impact environnemental, ce projet soutient les filières horticoles françaises pour mettre en valeur les variétés de fleurs et les savoir-faire français. Alors si vous avez envie d'embellir votre intérieur en donnant du pouvoir aux fleurs, offrez-vous un bouquet ! Dans une période aussi effervescente que troublée, de beaux projets émergent et nous invitent à réfléchir autrement afin de construire un avenir plus responsable à travers des habitudes de consommation transformées, des villes intelligentes ou des solutions d'utilité publique tenant compte de réalités sociales. Les start-up françaises sont créatives, inventives et tournées vers un futur optimiste. Alors n'hésitons pas à les soutenir et à tester les solutions qu'elles proposent. La journée des start-ups ce n'est pas que le 11 mars, c'est toute l'année !

Julia Domini & Julie Delaissé



Les nouveaux conditionnements du vin



Loin de ressembler au vin d'hier, le vin d'aujourd'hui se réinvente dans des packagings toujours plus innovants. Les nouveaux formats évoluent et s'adaptent à nos nouvelles manières de consommer le vin. Le Bon Gustave vous présente ces nouveaux conditionnements qui révolutionnent le secteur ! Même si le verre reste le matériau privilégié pour contenir le vin, les conditionnements se modernisent. Il est bien loin le temps où le vin était conditionné seulement en bouteilles. Les marques et domaines innovent, avec une belle dose d'inventivité, mais toujours avec la même problématique : comment conserver le vin de manière optimale ?

L'ESSOR DU VIN EN BIB

Depuis plusieurs années, le vin en Bag in Box connaît une croissance incroyable, notamment dans nos supermarchés. D'ailleurs, dans ces structures, 39% du vin est vendu en BIB ! Le grand avantage de ce conditionnement réside en sa capacité de

servir au besoin et sans ouvrir une bouteille entière de vin. Les consommateurs se tournent volontiers vers ce type de produit notamment pour le prix, en général moins élevé que celui du vin en bouteille ou pour sa praticité d'utilisation.

LE VIN EN TUBES

Certaines marques optent pour le conditionnement en tubes. L'idée est de tester dans un premier temps les vins en petite quantité, l'équivalent d'un verre avant d'acheter une bouteille entière. La société nantaise [10-vins](#) a d'ailleurs imaginé la D-Vine. Le fonctionnement de cette machine révolutionnaire dans l'univers du vin se rapproche de celui d'une machine à café. En pratique, le consommateur doit insérer le tube de vin à l'intérieur de la machine. Selon les caractéristiques du vin, celui-ci sera servi dans de belles conditions : à la bonne température et sera même aéré si nécessaire. Un véritable sommelier des temps modernes et une innovation made in France ! Toujours dans l'optique de proposer du vin dans des contenants plus petits, [Vinovae](#) propose les vinottes. L'entreprise lyonnaise permet à ses clients professionnels de transformer leurs bouteilles de vin en échantillons de 2 cl. Pratique pour découvrir et faire découvrir des vins non ?

DU VIN EN CANETTE ? VRAIMENT ?

Désormais plus seulement réservée aux sodas, la canette est devenue une nouvelle manière de conserver et de commercialiser le vin. En protégeant le liquide de la lumière et de l'air, la canette permet de conditionner de manière hermétique les boissons, y compris le vin. Loin de remplacer la traditionnelle bouteille, la canette peut être une alternative facile à utiliser, pratique et légère. De plus, ce contenant peut tout à fait être adapté aux repas en plein air. Et plus besoin de tire-bouchon !

Anne-Victoire Monrozier, organisatrice du [Vinocamp](#) et vigneronne en Beaujolais, a pris le pari fou d'oser proposer un conditionnement de vin en canette, dans un monde viticole plutôt traditionnel. Lors du premier confinement, son projet prend forme : elle souhaite proposer un format compatible avec le boom des ventes à emporter. De la même manière que les autres innovations, le conditionnement en canette peut étonner. Il s'agit là de seulement casser les codes et les a priori que les consommateurs peuvent avoir, en proposant du vin de qualité, proche des nouvelles habitudes de consommation.

LE VIN EN BOUTEILLE, SANS VERRE !

La société toulousaine [Green Gen Technologies](#) opte, quant à elle, pour un conditionnement pour le moins original : les fibres de lin et les résines végétales. Réservé aux vins plutôt haut de gamme, ce conditionnement est très léger : deux fois moins lourd qu'une bouteille en verre. Avec de beaux engagements environnementaux, l'entreprise souhaite être dans une pleine démarche de préservation de la nature et de ses ressources. Un concept innovant qui pourrait se concrétiser cette année, avec la mise en œuvre de la production à la fin 2021.

LE NO-CONDITIONNEMENT

[Oé](#), véritable acteur des vins engagés propose le contraire : du vin en vrac. La marque, qui prône de belles valeurs de respect de l'environnement et de réduction des déchets, propose de revoir le conditionnement du vin. [Jean Bouteille](#) accompagne la marque en proposant ses solutions pour servir les vins en vrac dans des bouteilles réutilisables à vie. Une belle manière d'associer qualité et respect de notre planète !

LA CHRONIQUE ECO

Samedi 20 février 2021

par Marc Chevallier

L'état du marché du vrac en France

3 minutes

C'était une disposition du projet de loi Climat et résilience. Le gouvernement voulait encourager le développement de la vente en vrac dans les grandes surfaces. Une mesure retoquée par le Conseil d'Etat cette semaine.



L'état du marché du vrac en France. © Getty / G_rkem Akar / EyeEm

C'était pourtant une bonne idée ! A l'origine, parmi les propositions de la Convention citoyenne sur le climat, il y avait celle d'obliger les grandes surfaces à consacrer au minimum 50 % de leur surface de vente au vrac d'ici 2030. Le gouvernement a été moins audacieux : il a fixé ce seuil à 20 % dans le projet de loi présenté en conseil des ministres la semaine dernière. Mais le Conseil d'Etat juge cet objectif non conforme au droit et demande son retrait.



À lire - ENVIRONNEMENT Transports, logement, consommation : ce que contient (ou non) le projet de loi "climat et résilience"

Domage, car **c'était un sacré coup de pouce donné à un mode de consommation qui réduit les emballages et donc les déchets.** Et qui permet aussi de **lutter contre le gaspillage alimentaire.** Acheter ses pâtes, ses céréales ou même ses détergents en vrac, **c'est choisir la quantité qui correspond à ses besoins, pas celle imposée par le fournisseur.** Pour ses défenseurs, c'est donc une façon de **se réapproprier sa consommation.**

Et comment se porte ce marché du vrac ?

Il défie la crise. Son chiffre d'affaires a augmenté de plus de 40% l'année dernière pour dépasser le milliard d'euros. Le marché profite de l'engouement pour le bio : il a doublé depuis 2013 et devrait encore tripler d'ici 2022. De quoi aiguïser les appétits.

Les hypers et les supermarchés réalisent la moitié des ventes en vrac, mais ils sont talonnés par les magasins bio, avec une part de 45 %. Les 5 % restants, ce sont les épiceries spécialisées uniquement dans ce type de vente. Mais elles se développent très rapidement : on en comptait seulement 2 en 2013 contre près de 500, sept ans plus tard.

Ce développement du vrac, c'est un retour aux origines du commerce ?

Oubliez Monsieur Oleson, l'épicier de la petite maison dans la prairie, si c'est l'idée qui vous vient à l'esprit. Derrière les silos transparents et les bacs à pelle, il y a pas mal d'innovation dans cette filière, ne serait-ce que pour respecter les normes d'hygiène en vigueur et vaincre les réticences de certains consommateurs face à des aliments non emballés.



À lire - [VIE QUOTIDIENNE](#) Conso : cinq questions que vous vous posez sur le vrac

Par exemple, l'entreprise Jean Bouteille, dont on trouve les produits dans 700 magasins, met le paquet sur la recherche et le développement. Ses ingénieurs ont conçu des distributeurs de produits pâteux comme la mayonnaise, la pâte à tartiner pour remplacer les seaux en plastique qui se referment avec un simple couvercle.

Et comment les grandes marques et les grandes enseignes réagissent-elles face à cette nouvelle tendance ?

Bien sûr, elles n'ont pas envie de passer à côté. Nestlé, Babybel, Yves Rocher, ou l'Occitane ont commencé à tester des produits en libre-service.

La grande distribution reste pour le moment à la traîne : sa part de marché dans le vrac n'est pas à la hauteur de son poids dans le commerce en France. La mesure obligeant les hypers et les supermarchés à consacrer 20 % de leur surface au vrac les aurait poussés à combler leur retard par rapport à la concurrence. On verra si le gouvernement trouve une solution juridique pour traduire cette obligation. En attendant, le conseil d'Etat a sans doute offert un répit aux magasins bio et aux épiceries spécialisées.

- **Pour aller plus loin :** *Vente en vrac : dans les coulisses d'une filière en pleine croissance*, c'est un article à retrouver sur le site d'Alternatives Economiques.

L'équipe [Marc Chevallier](#) Rédacteur en chef d'Alternatives économiques



La marketplace WeBulk connecte producteurs responsables et épiceries indépendantes

Lancée en septembre 2020, cette marketplace française BtoB permet aux distributeurs de commander directement auprès de producteurs bio engagés dans une démarche zéro déchet.

Le marché du vrac a atteint 1,2 milliard d'euros tous circuits confondus, en 2019, selon Réseau Vrac. Ce chiffre d'affaires représente une augmentation de 41% par rapport à l'année précédente et l'organisation prévoit déjà qu'il dépassera les 3 milliards d'euros en 2022. C'est sur ce créneau que se sont mis Sébastien Becker, fondateur de l'écosystème Ulteria, et Gérard Bellet, fondateur de Jean Bouteille, un distributeur de vrac liquide.

Avec leur nouvelle marketplace WeBulk, en ligne depuis septembre 2020, ces derniers proposent de mettre en relation directement les épiceries indépendantes et les producteurs bio et engagés dans une démarche zéro déchet. Les épiceries peuvent ainsi s'approvisionner auprès de plusieurs fournisseurs différents, et centraliser le tout en une seule commande, livrée 72 heures après le paiement de cette dernière.

Première supply chain zéro déchet

Côté fournisseurs, la place de marché leur permet de faciliter leur logistique en vendant leurs produits à différents distributeurs via une même plateforme. Cela leur fait ainsi gagner du temps sur la prospection et gère pour eux des processus

logistiques et administratifs complexes. WeBulk se rémunère en prenant une commission sur les transactions effectuées via sa solution.

« Nous avons à cœur d'apprendre avec nos partenaires et leur rendre visite si possible : il est important pour nous de les connaître personnellement pour partager les valeurs qui nous réunissent, précise Anne Le Goff, l'une des six salariées de l'équipe. Nous préférons des entreprises familiales et/ou indépendantes et veillons également au respect du droit du travail. Bien sûr, ces producteurs travaillent en vrac et sont attentifs aux déchets qu'ils génèrent : si un packaging est nécessaire, il sera recyclé et/ou recyclable » .

À lire aussi

CapsMe recharge les capsules de café pour viser le zéro déchet

Basée dans le village de Bazarnes, dans l'Yonne, la startup s'inscrit aussi dans un projet de plus long terme. En effet, son objectif est de devenir la première chaîne logistique zéro déchet dans l'alimentaire. Déplorant l'incohérence entre le discours et la réalité sur le marché de la supply chain -encore trop génératrice de déchets-, WeBulk promet à ses utilisateurs que, d'ici quelques temps, ils pourront bénéficier de contenants logistiques consignés. L'expérience de livraison en contenants réutilisables est pour l'instant testée en phase pilote en région parisienne. La startup ambitionne ainsi de développer un processus circulaire au sein de la consommation vrac et de réduire au maximum la production de déchets entre producteurs et distributeurs, qui est bien plus élevée que celle entre distributeurs et consommateurs.

Article écrit par **HELOÏSE PONS**

Jean Bouteille, la bouteille consignée bientôt dans nos supermarchés



GÉRARD BELLET
JEAN BOUTEILLE, FONDATEUR

PAR **LÉNA AUBERT** 04/03/2021

Une bouteille réutilisable, engagée pour le zéro déchet et qui ambitionne de changer les modes de consommation des Français ? C'est Jean Bouteille !

Tout consommateur est acteur de son propre changement. C'est la conviction de Gérard Bellet, fondateur de Jean Bouteille, une entreprise née voilà cinq ans et composée aujourd'hui de 20 personnes, qui entend changer à la fois les codes de la distribution et de la consommation.

Le concept de Jean Bouteille est simple : contribuer à l'émergence d'une société zéro déchet, en proposant l'achat d'une bouteille réutilisable et consignée, dans lesquelles vous ajoutez vous-même du contenu liquide. Ces bouteilles sont conçues pour être réutilisées au maximum sans se casser.

POUR NOURRIR DEMAIN

LE MÉDIA ENGAGÉ POUR UNE MEILLEURE ALIMENTATION AU PLUS GRAND NOMBRE !

[NOS ARTICLES](#)[COMMUNAUTÉ](#)[ANNUAIRE](#)[SERVICES](#)[QUI SOMMES-NOUS ?](#)[CONTACT](#)

› ACTUALITÉ AGRO-ALIMENTAIRE › DISTRIBUTION › [WEBULK, LA MARKET PLACE DU VRAC](#)

WeBulk, la market place du Vrac

📅 12 mars 2021 📄 Actualité agro-alimentaire, Distribution



We
Bulk 🌿

WeBulk c'est un coup de foudre entre Ulteria et Jean Bouteille. Deux entreprises engagées dans la bio et le vrac depuis de nombreuses années et qui se donnent un objectif commun : structurer le marché du vrac et amplifier la consommation zéro déchet. WeBulk est donc née à l'occasion d'une soirée bien arrosée entre deux bières (en vrac bien sûr !).

WeBulk c'est avant tout le reflet de cet esprit entrepreneur et profondément humain. Pas de bureau dans le 10ème arrondissement de Paris où grouilleraient des génies de la tech et du marketing.

Chez nous c'est à Bazarnes, un village de 424 habitants dans l'Yonne. Dans nos bureaux, ce sont plutôt des profils atypiques et engagés qui abordent avec bonne humeur la mission de lancer une marketplace du vrac pour les professionnels.

Engagés pour construire la supply-chain zéro déchet de demain

WeBulk, c'est le premier outil numérique qui permet aux épicerie vrac de commander directement auprès de producteurs bio engagés zéro déchet.

WeBulk est également un outil d'accès au marché du vrac pour les producteurs. Ceci grâce à la valorisation de leurs produits sur notre site tout en les libérant de la prospection des épicerie, du référencement internet et de la logistique.

WeBulk facilite la vie des épicerie au quotidien. Ces dernières peuvent passer facilement commande auprès d'un ensemble de producteurs engagés et de belles marques de la bio française directement depuis le site www.webulk.bio

Un impact sur la communauté du vrac

WeBulk souhaite digitaliser la filière du vrac et rassembler une véritable communauté autour du zéro déchet.

La marketplace WeBulk met à disposition des producteurs et épicerie vrac des outils digitaux qui sont trop souvent réservés à de grands réseaux. Cette digitalisation de la relation fournisseurs- magasins, couplée à un service d'expédition, permet à tous les acteurs de gagner en efficacité sur l'opération d'approvisionnement.

De par son positionnement comme facilitateur entre producteurs et épicerie, WeBulk est à même d'amener une logique globale et d'apporter des solutions de mutualisation et de digitalisation à des indépendants. Réunir le plus grand nombre est la clef de ces projets d'envergure qui sont avant tout des projets collectifs vers le zéro déchet.

Plus d'informations sur www.webulk.bio

VIN & VRAC : OÉ S'ASSOCIE À JEAN BOUTEILLE

Le vin s'attache à la logique du vrac. Oé, les vins bio, sans pesticides, s'associe à Jean Bouteille et célèbre le retour de la bouteille consignée.



Oé, la start up lyonnaise qui continue son escalade n'en finit plus d'innover pour mettre en valeur ses vins certifiés bio et garantis 100% sans pesticides. Thomas Lemasle a imaginé Oé il y a quelques années pour réconcilier producteurs, amateurs de vin, restaurateurs responsables autour d'un vin qui change la donne. Après des années d'innovation depuis 2015, le chantier le plus important semble être enfin terminé : Oé s'associe à Jean Bouteille, qui imagine des solutions zéro déchet pour les liquides, afin de permettre la vente du vin en vrac grâce à des bouteilles consignées.

Un chantier important et nécessaire

Le vin en vrac est un sujet important que Thomas Lemasle défendait déjà dans l'entretien qu'il nous accordait : « *Le réemploi d'une bouteille représente 79% de gaz à effet de serre en moins, 80% d'énergie en moins et 33% d'eau en moins. Une bouteille de la métropole de Lyon jetée pour recyclage coûte 5 centimes à la collectivité. Plus la consigne sera développée, plus ces sommes*

seront réorientées vers d'autres projets. » Déjà très développé dans les pays du Nord, le vin et le vrac en France peine à se faire une place mais l'association entre Oé et Jean Bouteille pourrait changer la donne comme le déclare ce dernier : *« Aujourd'hui, nous sommes heureux de leur permettre désormais de faire un pas de plus grâce à nos solutions de distribution, pour servir leurs délicieux vins en vrac dans nos bouteilles réutilisables à vie & consignables. »*

Le vrac connaît un essor depuis la pandémie. Une petite baisse de régime au début de la crise sanitaire, forcément causée par les restrictions dans les magasins, cependant beaucoup de chefs et de restaurateurs semblent de plus en plus se tourner vers cette solution résolument économique et durable. La projet de loi Climat et Résilience qui a été présenté en février lors du Conseil des ministres met en lumière notamment que *« pour réduire les emballages plastiques, le texte prévoit que tout commerce de plus de 400 mètres carrés devra consacrer 20% de sa surface de vente au vrac d'ici à 2030 »*, nous rappelle Les Échos dans son article. Du côté des consommateurs, le vrac demeure une solution rapide et économique et une manière d'introduire plus d'éco-responsabilité dans les foyers. Aujourd'hui, pratiquement tous les produits de consommation comestibles sont disponibles en vrac et le bio reste plus accessible par ce biais qu'emballé, un constat qui séduit de plus en plus de Français.

Accueil > E-Commerce > Efforts environnementaux du retail : sus aux emballages plastiques !

E-COMMERCE

EFFORTS ENVIRONNEMENTAUX DU RETAIL : SUS AUX EMBALLAGES PLASTIQUES !

22/03/2021

Le saviez-vous, le 18 mars 2021 était la 4ème Journée Mondiale du Recyclage. Une démarche écologique qui séduit de plus en plus les consommateurs, plus attentifs à l'impact environnemental de leur consommation. Mais fabricants et distributeurs ont aussi la responsabilité de réduire les déchets en amont de la chaîne de consommation. Ils y sont fortement encouragés par la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire. Dès février 2019, plusieurs grandes marques et les enseignes de distribution ont signé le « Pacte National sur les emballages plastiques ». Voici donc un éclairage sur les initiatives menées par Auchan Retail France, Carrefour, Casino, Franprix, Monoprix, Système-U pour lutter contre les emballages plastiques.

Loi anti-gaspillage pour une économie circulaire : zoom sur le « Pacte National sur les emballages plastiques »

Le « Pacte National sur les emballages plastiques » a été signé en février 2019, dans la lignée de la Feuille de route pour l'économie circulaire et la Stratégie européenne sur les matières plastiques et dans la perspective de la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (source et détails sur la loi : [Ministère de l'écologie](#)).

Sont signataires de ce pacte les entreprises Auchan Retail France, Biscuits Bouvard, Carrefour, Casino, Coca-Cola European Partners, Danone, Franprix, L'Oréal, LSDH, Monoprix, Nestlé France, Système-U, Unilever, la Fondation Tara Expéditions et le WWF France. Tous s'accordent sur une vision commune de l'économie circulaire dans laquelle le plastique, source de pollution majeure, ne devient jamais un déchet.

Plus concrètement, les signataires s'engagent à :

- Établir une liste des emballages devant être désignés comme problématiques ou inutiles et pour lesquels des mesures pour leur élimination devront être prises ;
- Atteindre collectivement 60% d'emballages plastiques effectivement recyclés d'ici 2022 ;
- Eco-concevoir les emballages pour les rendre réutilisables, recyclables ou compostables à 100% d'ici 2025 ;
- Mener des actions de sensibilisation et de pédagogie auprès du grand public sur les enjeux de la pollution plastique.

Auchan Retail France

A partir de mars 2021, Auchan supprime les barquettes en plastique (polystyrène expansé (PSE) non recyclable) de ses rayons boucherie et poissonnerie. L'enseigne a développé des barquettes en fibres végétales (issues de coproduits agricoles, comme les résidus de canne à sucre), 100% compostables à domicile. Une démarche en partenariat avec Alliance Packaging Group et Silver plastics. Chaque année Auchan utilise dans ces rayons 55 millions de barquettes classiques et économiserait ainsi 1100 tonnes de plastique par an.

Cerise sur le gâteau, ces barquettes zéro plastique affichent même une meilleure durée de conservation des produits. Par exemple gain d'un jour pour le poisson. Ce qui contribue à lutter contre le gaspillage alimentaire. D'ici à 2022, Auchan Retail France s'est fixé comme objectif, dans tous les pays où elle opère, la suppression des emballages plastique pour les métiers de bouche et les fruits et légumes en libre-service. L'enseigne veut aussi que 100 % des emballages de ses produits à marque propre soient réutilisables, recyclables ou compostables.

(source [communiqué Auchan Retail du 8 février 2021](#))



Carrefour

Pour la rentrée scolaire 2020 l'enseigne avait réduit le plastique des fournitures scolaires à sa marque (les stylos, les feutres, les règles, les bâtons de colle, les ciseaux...) en le remplaçant par du carton 100% recyclable. Au total, 45 tonnes de plastique devraient être économisées chaque année, dont 39 tonnes en France. (source communiqué [Carrefour](#))

Carrefour développe aussi une gamme de stylos, feutres, surligneurs et marqueurs permanents confectionnés à partir de briques alimentaires recyclées. Le polyéthylène et l'aluminium des briques sont recyclés et sont transformés en granules de plastique permettant la conception des produits finis. Plus de 117 000 briques de lait ou de jus d'orange ont ainsi déjà été recyclées. Carrefour a aussi supprimé des emballages inutiles sur les fruits et légumes bio. ([détails](#))



Pain, oeufs, jeux-vidéo, ampoules, ...



Supprimer les emballages inutiles sur les fruits et légumes bio



Les bananes bio-équitable



Les concombres bio

En mars 2021, L'Oréal France et Carrefour se sont associés à TerraCycle (spécialisée dans le traitement des déchets difficiles à recycler) pour accélérer et encourager le recyclage des emballages cosmétiques (qui n'ont pas encore de filière de recyclage en France). Des points de collecte seront déployés dans 331 magasins Carrefour (dont 235 hypermarchés). L'Oréal France et TerraCycle collaborent déjà depuis juillet 2020, avec plus de 600 points de collecte déployés en France. Ce programme concerne les emballages de toutes les marques cosmétiques présentes sur le marché français. (source et détail, Communiqué [Carrefour du 17 mars 2021](#))

Casino et ses enseignes Franprix et Monoprix

En novembre 2020, dans [le classement annuel des entreprises engagées publié par le Wall Street Journal](#), Casino a été listé 40^{ème} sur 5500 entreprises mondiales cotées ayant des engagements RSE. Casino est le seul et donc le premier groupe de distribution présent dans le top 100 mondial.

En février 2020, un an après la signature du pacte national sur les emballages plastiques, Casino annonçait le bilan suivant :

- Près de 12 000 références ont été analysées pour étudier les pistes d'optimisation et d'amélioration des emballages
- Plus de 300 produits à marque propre ont été améliorés par le groupe Casino pour réduire leur impact plastique.
- 5 300 produits supplémentaires seront revus entre 2020 et 2021

L'enseigne n'a pas encore communiqué sur son bilan à 2 ans. (détails du bilan à un 1 an dans ce [communiqué Casino](#))

Le groupe Casino et ses enseignes ont engagé un travail systématique pour identifier les emballages à supprimer, sans limiter la durée de vie du produit ou dégrader sa qualité, par exemple :



Franprix

Toujours pour réduire les emballages inutiles, Franprix vient aussi de lancer en janvier 2021 le premier concept de vente en vrac de produits de grandes marques en France. Baptisé «les marques toutes nues», ce programme associe Franprix, FM Logistic, Bulk & Co et l'Ilec. Parmi les grandes marques disponibles en vrac : Ancel, Benenuts, Carambar, Carte Noire, Kellogg's, Lutti, Panzani, Uncle Ben's. Un projet pilote qui sera mené dans 4 magasins jusqu'en mai 2021. (détails dans [LSA](#))

Généraliser la consigne du verre ? Le « plus tard, peut-être » du gouvernement



[Ouns Hamdi \(Reporterre\)](#)

15 avril 2021 à 09h32, Mis à jour le 15 avril 2021 à 09h49

Durée de lecture : 11 minutes

Plébiscitée par la Convention citoyenne pour le climat, la généralisation de la consigne de verre n'a pas été reprise dans le projet de loi Climat, malgré ses bénéfices écologiques. À peine sera-t-elle mollement préconisée et à partir de 2025.

La consigne sur verre va-t-elle faire son grand retour dans nos magasins ? Après neuf mois de travaux, c'était l'une des propositions de la Convention citoyenne pour le climat. « *On a eu de longues heures de formation et d'information, raconte à Reporterre Claire Morcant, l'une des 150 membres. On a rencontré à la fois ceux qui souhaitent le retour de la consigne, mais aussi les industriels qui nous disaient que c'était compliqué et que cela pouvait être long à mettre en place. Effectivement ! On avait pris ça en compte pour fixer un calendrier.* » Il avait été proposé d'imposer aux distributeurs la mise en place d'un système de consigne sur le verre obligatoire, dès 2021 pour les grandes surfaces, 2022 pour les moyennes surfaces et 2023 pour les petites.

Qu'est-il advenu de leur proposition ? Le 8 mars dernier débutait à l'Assemblée nationale l'examen du projet de loi Climat issue de cette convention citoyenne. Une loi dans laquelle l'ambitieuse idée est désormais résumée en deux phrases dans l'article 12 : « *L'obligation de mise en place d'une consigne pour les emballages en verre, de manière à ce qu'ils soient lavables et réutilisables, pourra être généralisée. Cette généralisation ne peut entrer en vigueur avant le 1^{er} janvier 2025.* » Fini, le calendrier échelonné. Selon la députée En Marche Aurore Bergé, rapporteuse de cette partie du texte de loi, « *le déploiement ne peut pas se faire au même rythme pour tous et doit se faire en fonction des filières. On ne peut pas fonctionner de la même manière avec des produits très standardisés qu'avec les vins ou spiritueux, par exemple* », dit-elle à Reporterre. Argument irrecevable pour le député La France insoumise Loïc Prud'homme, membre de la commission spéciale chargée d'examiner le projet de loi Climat : « *C'est un choix politique qui a été fait* », résume-t-il.

Autre déception : la mise en place de la consigne a perdu son caractère obligatoire. « *La loi est vidée de son sens initial, la façon dont cet article a été rédigé ne veut plus rien dire. Chacun pourra avoir sa propre compréhension de l'article et c'est la porte ouverte pour ne rien modifier*, déplore Claire Morcant. *Je suis très déçue.* » Même constat pour Loïc Prud'homme : « *Cet article est une déclaration de bonne intention, ça n'oblige rien ni personne et ça ne fonctionnera pas. On a déposé des amendements, mais aucun n'a été retenu pour l'instant.* »

Moins de gaz à effet de serre, moins d'eau

La consigne a pourtant moult avantages écologiques. D'après le rapport de l'association Zero Waste Europe et Reloop, le réemploi d'une bouteille de verre engendre une diminution de :

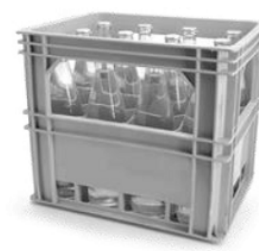
- 85 % des émissions de gaz à effet de serre comparé à son équivalent à usage unique ;
- 57 % par rapport à son équivalent en aluminium ;
- 70 % au regard de son équivalent en plastique (PET, polytéréphtalate d'éthylène).

D'ailleurs, de nombreux cafés, hôtels et restaurants ont encore recours à la consigne. Un réemploi qui permet d'éviter près de 500 000 tonnes de déchets chaque année en France (chiffres de 2013). « *Il y a de multiples acteurs et de multiples acheteurs en supermarché, contrairement aux hôtels et restaurants qui eux ne travaillent qu'avec quelques grossistes. On ne peut pas calquer ce modèle* », rétorque la députée Aurore Bergé.



Les fûts métalliques

Durée de vie moyenne : **15 ans**
Réemployés environ **4 fois par an**, avec
rénovation dans la plupart des cas
**3 millions de fûts intégralement
réutilisés**



Les bouteilles en verre pour boissons (surtout les bières, eaux, BRSA*)

Durée de vie moyenne : **3 ans**
Réutilisables **4 à 5 fois par an**
Parc de **150 à 250 millions de bouteilles**

De nombreux cafés, hôtels et restaurants ont encore recours à la consigne.

Précisions que la fabrication d'une bouteille en verre demande une grande quantité d'énergie. Certes, mais d'après le rapport de Zero Waste Europe et

Reloop, les émissions de gaz nécessaires à sa production sont réduits de 40 % après deux ou trois utilisations. L'idée de la consigne pour réemploi s'inscrit donc dans le mandat qui a été confié aux citoyens de la Convention : trouver des solutions pour atteindre une réduction des émissions de gaz à effet de serre d'au moins 40 % d'ici 2030 par rapport à 1990. Dans un rapport de 2010, l'Ademe, a d'ailleurs reconnu l'intérêt de la consigne : « *Le verre consigné est en moyenne moins impactant de 50 % pour l'indicateur "effet de serre". Le bilan carbone s'améliore évidemment lorsque les distances, nécessaires au transport des bouteilles consignées jusqu'aux stations de lavage et de remplissage, sont réduites.* »

« C'est honteux : on ne va clairement pas vers une massification de la consigne »

Quid de la consommation d'eau, nécessaire pour laver et rincer les bouteilles en verre ? Le système de réemploi permet d'économiser 33 % d'eau comparé aux contenants à usage unique, selon un rapport de 2009 ^[1]. Cette méthode de consigne pourrait également permettre de diminuer l'utilisation des bouteilles en plastique. Pour Moïra Tourneur, responsable de plaidoyer pour Zero Waste France, « *le projet de loi Climat n'est pas à la hauteur des enjeux environnementaux, et de la demande des citoyens. C'est honteux de résumer le projet de la consigne pour réemploi à deux phrases. Si ça reste en l'état, on ne va clairement pas vers une massification de la consigne. Le projet de départ était ambitieux* », dénonce-t-elle auprès de *Reporterre*.



Ma bouteille s'appelle Réviens propose le réemploi des bouteilles dans la Drôme et en Ardèche.

« Il faudrait que les distributeurs aient l'obligation de le faire : les engagements volontaires, ça ne fonctionne pas »

Standardiser les contenants est l'une des clés pour permettre aux consommateurs de rapporter leurs bouteilles dans n'importe quel magasin. *« Cela favorise et permet d'optimiser les circuits de lavage et de réemplois »* souligne le député insoumis Loïc Prud'homme. Les citoyens de la Convention avaient ainsi proposé la création de contenants standards, en laissant aux marques la possibilité de les personnaliser avec des étiquettes en papier recyclé – et ce, dès 2021 – mais cette idée n'apparaît plus dans le projet de loi actuel.

« Ce n'est pas si simple, selon la députée En Marche Aurore Bergé. Il y a des marques qui ont développé toute leur identité au travers de leur bouteille. Les flaconniers font aussi partie de l'excellence française, et outre le fait que cela crée de l'emploi, c'est aussi de la recherche et des métiers d'art pour un

certain nombre d'entre eux. » D'où la proposition de la Convention : une taxe de 30 % du prix net sur les contenants non standardisés.

« Il faut aussi créer tout le circuit logistique pour rapporter les bouteilles vides vers le remplissage. Il faudrait que les distributeurs aient l'obligation de le faire : les engagements volontaires, ça ne fonctionne pas. Et pour l'instant, la loi telle qu'elle est présentée n'évoque aucun de ces aspects » critique Loïc Prud'homme. « Il faut faire les choses dans le bon ordre », répond Aurore Bergé. « On vient de créer l'Observatoire pour le réemploi pour permettre aux filières de se constituer. Une fois les critères déterminés, on pourra s'appuyer sur des données environnementales pour embarquer toutes les filières qui peuvent l'être, avec des cahiers des charges et des objectifs. L'Observatoire devrait livrer des éléments dans l'année, en tout cas sur la question du verre. »

Quid du recyclage du verre ?

Pourquoi favoriser la consigne, alors que le recyclage du verre existe ? Dans ce domaine, la France a de bons résultats puisque le taux de recyclage du verre dépasse 86 % [2]. Certes, ce matériau est recyclable de nombreuses fois, mais l'opération consomme en moyenne quinze fois plus d'énergie que le seul lavage.

« Il ne faut pas qu'on mette en opposition ou en concurrence le recyclage du verre et la consigne. On a évidemment un bénéfice écologique qui est plus important sur le réemploi, sous réserve qu'un certain nombre de conditions soient remplies : à la fois la question du transport pour l'incidence carbone, mais aussi le nombre de réemplois des contenants en verre », dit Aurore Bergé. De tels éléments ne doivent pas faire l'objet d'une loi, mais sont du « domaine réglementaire car ils peuvent être amenés à évoluer », selon elle.

Des alternatives existent déjà

Certains acteurs n'ont pas attendu ces conclusions pour remettre sur le devant de la scène la consigne. À l'exemple de Jean Bouteille. « On est

associé à la vente en vrac de produits liquides avec une bouteille qui est réutilisable et consignée, explique à Reporterre le fondateur, Gérard Bellet. Le consommateur pourra utiliser autant de fois qu'il veut sa bouteille avant de la rendre », précise-t-il. L'initiative est accessible aux consommateurs dans des magasins bio et chez plusieurs épicerie en vrac indépendantes. « La difficulté de la consigne est qu'il s'agit d'un métier de très gros volumes, et pour que ce soit économiquement viable, il faut transporter et laver des milliers de bouteilles en permanence. Or, comme toute l'infrastructure a disparu, c'est très compliqué. On a été obligé de redémarrer de manière créative et en réadaptant la consigne au marché actuel, donc en l'associant au vrac », explique-t-il. Pour lui, la mise en place de la consigne à l'échelle nationale « ne va pas se faire du jour au lendemain, c'est certain, et c'est là où il y a besoin d'un programme d'accompagnement des pouvoirs publics ».



Jean Bouteille propose des bouteilles réutilisables dans des magasins bio et épicerie en vrac.

Pour un déploiement efficace de la consigne, il faudrait effectivement que les industriels se mettent d'accord pour revoir leur logistique. « Ils ne veulent pas le faire. Cela supposerait de se mettre d'accord avec la concurrence pour la

standardisation des bouteilles. Et cela imposerait de changer les lignes de production, soit des frais supplémentaires qu'il ne veulent pas engager. Remettre en place la consigne, qui suppose de dépenser de l'argent alors que le plastique reste moins cher, ça ne les arrange pas », observe Loïc Prud'homme.

La Convention citoyenne avait proposé que *« l'État accompagne la transformation de la filière puisqu'il lui imposait de changer ses pratiques. Pour les industriels qui passeraient à la consigne, l'accompagnement aurait été financier ainsi que pour la formation des employés »,* souligne Claire Morcant. L'idée n'a pas été retenue. *« L'emballage à usage unique est favorisé alors que les dommages qu'il produit ne sont pas supportés par ceux qui les génèrent. Ce n'est pas juste que ces emballages soient moins chers, plus facilement rentables, plus simples »,* dit Gérard Bellet, de Jean Bouteille.

Les participants à la Convention avaient également pour directive de faire des propositions *« dans un esprit de justice sociale »*. Avec la consigne, l'objectif semblait atteint puisque une étude à destination de la Commission européenne a souligné qu'un recours soutenu à la consigne sur verre pour réemploi pouvait mener à la création de 27 000 emplois – dans le cas de l'Allemagne. Les stations de lavage des bouteilles consignées n'ayant d'intérêt écologique que lorsqu'elles sont proches des lieux de lavage, de remplissage et de vente, ces nouveaux emplois seraient locaux et non délocalisables.

Dernier avantage de la consigne de verre : elle peut être plus économe pour les consommateurs, si les vendeurs jouent le jeu. En effet, si une bouteille est réutilisée, cela évite les coûts de production d'un nouveau contenant : en Alsace, où la consigne sur le verre n'a pas totalement disparu, les viticulteurs peuvent acheter une bouteille jusqu'à 40 % moins cher si elle est réutilisée ^[3]. Il n'est donc pas surprenant que 88 % des Français interrogés lors d'un sondage Ifop / WWF fin 2019 s'y soient déclarés favorables.

Après cet article



Les 10 et 11 avril prochains, des milliers de litres de bière seront vendus à prix mini. *

On n'en attendait pas moins de la capitale de la bière. Si vous êtes à Lille le week-end du 10 avril et que vous aimez le houblon, cet événement est fait pour vous.

Au total, dix bars lillois se sont réunis pour organiser [une opération spéciale sauvetage de bière](#), rapporte *Lille Actu*. Les 10 et 11 avril prochains, de 10 heures à 19 heures, ces bars vous accueilleront pour déstocker leurs fûts :

Publicité

- [La Mousse Touch'](#) : 19 boulevard Jean-Baptiste Lebas, Lille
- [La Capsule](#) : 25 rue des trois Mollettes, Lille
- [Taste'n Brews](#) : 348 rue de Menin, 59700 Marcq-en-Barœul
- [La Pépité](#) : 12 place Sébastopol, Lille
- [La Biche et le Renard](#) : 14 rue de Gand, Lille
- [Barnett's](#) : 30 rue Saint-Sébastien, Lille
- [Gastama](#) : 109 rue Saint-André, Lille
- [Craft Touch](#) : 9 place Nouvelle Aventure, Lille
- [Le Cirque](#) : 139 rue des Postes, Lille
- [Boulangerie Bar](#) : 28 rue des Postes, Lille

Cette maxi-opération est une conséquence directe des restrictions sanitaires. Face aux confinements et couvre-feux successifs, les brasseries n'ont pas réussi à écouler leurs stocks de boissons. Pour éviter le gâchis, ils proposent donc de vendre leurs litres de bière pression à partir de 3 euros. Et tout ça comme au bar : la boisson houblonnée sera mise en bouteille consignée "growler" par [Jean Bouteille](#). Ce système permet de conserver toute la qualité et de ramener la bière pression à la maison. Que demander de plus ?

Une bonne cause donc. Et parce qu'ils ont pensé à tout, voici la carte des bars participant à l'opération, réalisée par [Lille Addict](#).

Publicité

Pour en savoir plus, rendez-vous sur l'événement Facebook juste [ici](#).

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.

Par Julie Morvan, publié le 07/04/2021

Le vrac séduit de plus en plus les consommateurs, pour le plus grand bonheur de la filière

Contre l'amoncellement de déchets et d'emballages, de plus en plus de consommateurs achètent en vrac. De quoi imposer petit à petit une nouvelle façon de faire ses courses - et une nouvelle filière.



D'ici à 2023, le marché du vrac pourrait peser 3 milliards d'euros. (iStock)

Par **Laura Makary**

Publié le 14 avr. 2021 à 7:00

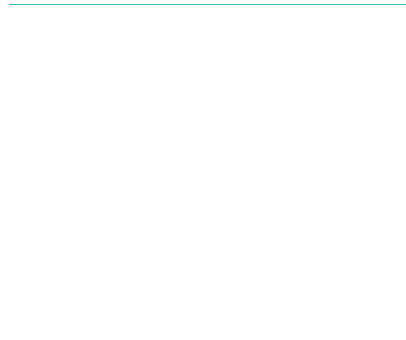
Il y a trois ans, une épicerie vrac s'est installée à côté de chez Alix. Depuis, cette Parisienne s'y rend toutes les semaines. « *La quantité d'emballages que je jetais m'angoissait. Finalement, j'ai pris l'habitude du vrac, je ne vais quasiment plus en supermarché* », s'amuse-t-elle, s'autorisant néanmoins quelques exceptions emballées quand elle en a envie.

Alix n'est pas la seule, loin de là. Selon une enquête Niels parue fin 2020, 40 % de nos compatriotes ont déjà fait des emplettes en vrac. Plus d'un tiers le fait de façon régulière, en grande surface, en magasin bio, au marché ou en boutique spécialisée. « *Ce marché a été multiplié par dix en cinq ans : son chiffre d'affaires cumulé s'élève aujourd'hui à 1,3 milliard en 2020 ! En 2015, on comptait une vingtaine d'épicerie vrac, il y en a désormais 700* », se réjouit Célia Rennesson, cofondatrice de l'association Réseau Vrac, qui vise à démocratiser cette façon d'acheter dans notre pays.

Contre les déchets et le gaspillage

Malgré la crise sanitaire, plus de 150 boutiques vrac ont ouvert en 2020. « *Les Français se réveillent, car cette offre répond à leurs attentes. Avec les scandales sanitaires, ils veulent reprendre le contrôle sur leur consommation, mais aussi réduire les déchets et le*

gaspillage », poursuit Célia Rennesson. Les pro vrac mettent également en avant la possibilité de faire des économies : si l'on veut 50 grammes d'un ingrédient, c'est possible. Alors que s'il est déjà emballé, le contenu sera calibré. Une source de dépenses, voire de potentiel gâchis.



Parmi les centaines de nouvelles épiceries figure B-Vrac, à Paris. « *Tous les jours, je vois de nouveaux clients qui découvrent la boutique, de l'adepte du bio au simple curieux. Souvent, ils apprécient la démarche et reviennent*, explique Pauline Mannarino, la fondatrice. *Le côté logistique peut rebuter, mais nous arrivons à les rassurer et à trouver des solutions.* » Par exemple, en leur proposant des bocaux à l'achat.

Des profils variés

Une consommation réservée aux grandes villes et aux CSP + ? Au contraire, estime Isabelle Kaifer, de Nielsen, lors de la conférence de presse présentant son enquête : « *Certains ont l'image du jeune cadre bobo parisien, mais cela n'est pas du tout représentatif. Les acheteurs du vrac sont des M. Toutlemonde, 40 % vivent en zone rurale ou dans une petite ville, 53 % ont plus de 50 ans. Et l'on compte autant d'ouvriers que de cadres supérieurs...* »

La preuve avec Monts en vrac, épicerie itinérante lancée par Thomas Thizy entre Lyon et Saint-Etienne. Dans son camion, il sillonne les villages, le matin dans les marchés, le soir dans des zones sans commerces. « *Le fait qu'il y ait une offre dans les villages permet de sensibiliser au vrac et de le démocratiser. Je pense qu'aujourd'hui les consommateurs sont mûrs pour ce mode de consommation* », estime-t-il, transportant 350 références avec lui, de l'épicerie sèche aux produits d'hygiène.

Consignes et habitudes

La consigne, auparavant oubliée, revient aussi en force. Gérard Bellet a fondé Jean Bouteille en 2014. Son idée : installer des fontaines dans des magasins partenaires et proposer à la vente des bouteilles réutilisables. Boissons, huiles, lessives, le dispositif se décline à tous les liquides. Et ça marche : cette entreprise d'une trentaine de salariés a installé près de 7.000 fontaines.

Pour inciter les consommateurs à abandonner les emballages, il faut donner envie, voire mâcher le travail. C'est l'idée d'Hubert Michaux avec la « Lessive de Paris ». Lancée en 2020, la société propose une lessive fabriquée localement, livrée à vélo dans des bouteilles consignées : « *Pour l'utilisateur, c'est très simple, il commande ses recharges, nous venons chercher les bouteilles vides et lui en donnons de nouvelles, remplies.* » Sur ce coup, aucun effort à fournir pour passer au zéro déchet.

Lire aussi :

« **Après dix ans dans le marketing, j'ai lancé mon épicerie itinérante zéro déchet à la campagne** »

Car changer les habitudes n'est pas évident, confirme Emilie Ivandekics, fondatrice de la Fourmilière, une épicerie et un drive vrac situés dans le Val d'Oise. « *Le principal frein, c'est l'habitude. Les consommateurs vont au supermarché, où ils trouvent tout. De fait, ils s'étonnent que je ne vende pas de concombre en hiver. Au-delà des emballages, il y a toute une pédagogie à faire* », explique-t-elle, mettant l'accent sur une alimentation responsable et locale, en plus d'être zéro déchet.

Professionnalisation de la filière

Avec toutes ces initiatives, la filière tend à se structurer. Car pour les précurseurs, trouver des fournisseurs partants n'a pas été chose aisée. De nouveaux acteurs se positionnent pour proposer des solutions aux points de vente, toujours plus nombreux, comme WeBulk, plateforme de mise en relation entre épiceries et fournisseurs. « *Notre marketplace apporte la brique logistique qui manquait à certains : trouver les bons fournisseurs, passer commande et gérer un espace de stockage souvent limité* », explique Régis Cao, le DG. Depuis sa création en septembre 2020, WeBulk compte 190 épiceries clientes.

De son côté, Bric à Vrac travaille sur des distributeurs connectés, permettant de voir la quantité et le prix défiler en se servant. « *Comme une pompe à essence, pour éviter les mauvaises surprises* », vulgarise Flore Leenhardt, la cofondatrice, qui cible les grandes surfaces et les boutiques.

3 milliards de chiffre d'affaires en 2023

La filière peut jouir de belles perspectives, notamment grâce au projet de loi Climat et résilience. Le texte impose aux magasins de plus de 400 m² de dédier 20 % de leur surface aux produits sans emballage. L'annonce ne ravit pas la grande distribution, mais pour la filière, c'est une avancée considérable. « *Dans les supermarchés, la surface du vrac, incluant les fruits et légumes, n'est que de 7 à 8 %. Il faut accélérer* », pointe Didier Onrait, à la tête du réseau Day by Day, précurseur en France, qui compte 70 magasins en franchise, pour 33 millions de chiffre d'affaires.

Lire aussi :

3 podcasts pour limiter votre impact sur la planète

Les espoirs sont énormes. Réseau Vrac table sur un chiffre d'affaires global de trois milliards d'euros en 2023. De son côté, Didier Onrait imagine volontiers un « *quadrillage du territoire avec 9.000 épiceries vrac en 2030, indépendantes ou appartenant à un réseau* ». Ce boom représente en tout cas une belle nouvelle pour la réduction de déchets : selon Day by day, une épicerie vrac génère 72 % d'emballages en moins. Prêts à prendre vos bocaux ?

Les marques traditionnelles s'y mettent

« 2020 a été une année record sur le nombre de marques réalisant des tests : Babybel, Kelloggs, Ebly, Carte Noire, Carambar, Yves Rocher... Ce n'est pas simple pour elles, car c'est un mode de distribution où elles perdent leurs repères », confirme Réseau Vrac. Idem pour Lustucru, qui vend désormais ses pâtes chez Day by Day. *« C'est un premier pas, car, pour nous, ce n'est pas évident, ce sont des formats différents à produire »,* nous explique-t-on. Un pas important, qui demande néanmoins de repenser des processus optimisés et industrialisés.

Laura Makary

En ce moment | Covid-19 | Attestation de déplacement | Affaire de Ligonès | 10 km autour de chez vous

Accueil / Économie

Emballages en verre: la consigne et le réemploi renaissent localement

A Schiltigheim, les bouteilles de bière Fischer seront bientôt consignées. A Valence, la cheffe étoilée Anne-Sophie Pic lance une filière de récupération pour ses verrines de plats cuisinés... Une foule d'initiatives locales émergent pour réemployer bocaux, bouteilles et autres emballages alimentaires en verre, notamment dans la restauration rapide.

Et ce, alors que la consigne industrielle et systématique des bouteilles de vin a depuis longtemps disparu pour les particuliers en France.

A Clermont-Ferrand, les producteurs auvergnats préparent eux aussi un projet de réutilisation de leurs emballages en verre.

La loi Anti-gaspillage pour une économie circulaire (dite AGEC) entrée en vigueur le 1er janvier, qui pénalise le plastique à usage unique et incite à la vente en vrac, fixe également des objectifs en termes de réemploi des emballages: 5% des objets vendus aux particuliers et dans la restauration (cafés, hôtels, restaurants) devront d'ici 2025 être réemployables, et 10% en 2027.

Du coup, "on est à la première étape de tout un processus, il y a tout un écosystème qui est en train de se mettre en place sur le réemploi", déclare à l'AFP Antoine Robichon, directeur adjoint de Citeo, l'entreprise spécialisée dans le recyclage des emballages alimentaires.

La filière vin s'est néanmoins opposée à ce que la loi climat en cours de discussion ne généralise la consigne et accentue encore la tendance au vrac et au réemploi.

Elle juge "inaccessible sur le plan économique" la mise en place d'un système standardisé, avec lavage des bouteilles, qui impliquerait aussi beaucoup de transports de bouteilles vides, peu vertueux sur le plan environnemental.

Elle a été entendue par la ministre de la Transition écologique Barbara Pompili, qui a jugé vendredi à l'Assemblée qu'il ne fallait pas mettre en difficulté un certain nombre de réseaux de distribution déjà établis.

Néanmoins une quinzaine de PME ou associations du secteur viticole (Jean Bouteille, Ma bouteille s'appelle revient, Bout' à bout', Reconcil etc..) ont déjà relancé localement des mécanismes de consignment.

34 projets récompensés

Même le premier fabricant d'emballages alimentaires en Europe et troisième dans le monde, le verrier français Verallia, se lance. Il a promis en janvier un "projet pilote" en France de consigne et de réemploi dans les produits alimentaires et les boissons non alcoolisées.

La semaine passée, Citeo et l'Ademe (Agence de la transition écologique) ont récompensé 34 projets locaux très divers.

L'un des plus emblématiques est celui de la jeune société Uzaje qui a inauguré en début d'année son premier centre de lavage de bouteilles à Neuilly-sur Marne (Seine-Saint-Denis) devant permettre de laver 40 millions de contenants par an. Grâce à une aide de l'Ademe et de Citeo, Uzaje prévoit d'ouvrir un autre centre pour la région Grand Est d'ici la fin de l'année.

"Nous devons tester différents modèles", souligne M. Robichon. "Un grand industriel comme Coca Cola pourrait parfaitement se lancer dans un projet tout seul, mais quid d'une PME agroalimentaire bretonne qui vend à Nice? Il faut éviter le transport des bouteilles vides et donc mutualiser le réemploi localement", souligne-t-il.

Parmi les autres primés, Alpes Consigne en Isère, Savoie et Haute-Savoie, prévoit aussi l'ouverture d'un centre de lavage cette année. Daily Pic, l'activité de restauration rapide de la cheffe trois étoiles Anne-Sophie Pic, prévoit aussi de mettre en place un circuit de récupération cette année de ses verrines gourmandes.

En Auvergne, le projet Maceo regroupe l'ensemble des brasseurs, viticulteurs, transformateurs de fruits et légumes et apiculteurs autour d'un projet commun.

A Toulouse, le projet "En boîte le plat" de l'association ETIC Emballage prévoit de mobiliser 200 commerces pour un réseau qui devrait aussi s'installer à Rennes.

Jusqu'à Danone, qui expérimente déjà en Grande-Bretagne un pot de yaourt en verre, et qui a reçu le soutien de l'Ademe et de Citeo pour un projet jusqu'à présent gardé confidentiel, qui devrait être "mis en lumière" cette année, selon le site de l'Ademe.

Liste des projets lauréats:

- [Économie](#)
- [Dép](#)

Classement Choiseul des Hauts-de-France : découvrez les 100 leaders économiques de demain

En partenariat avec « Le Courrier Picard » et l'institut Choiseul, « La Voix du Nord » publie pour la deuxième fois le classement des 100 leaders économiques de demain (moins de 40 ans) dans les Hauts-de-France. Découvrez tous les lauréats de cette édition 2021.

Yannick Boucher

| Publié le 08/04/2021



Les dix jeunes talents les plus prometteurs des Hauts-de-France.

Virginie, 40 ans, première pour Roquette. (<https://www.lavoixdunord.fr/976612/article/2021-04-07/classement-choiseul-virginie-dubois-quand-la-science-se-met-au-service-de-la>) Caroline, 36 ans, deuxième pour Baudalet Environnement. Deux femmes en tête, deux entreprises familiales qui ne sont ni issues de la sphère numérique ni situées dans la métropole lilloise dont l'attractivité rayonnante ne doit pas faire ombre aux richesses des autres territoires.

Cent profils, cent personnalités

L'Institut Choiseul publie cent noms pour cent profils, cent personnalités qui méritaient chacune que nous nous y intéressions plus finement. Ainsi, le leader du classement national n'est autre **qu'Antoine Hubert, créateur et dirigeant d'Ynsect** (<https://premium.courrier-picard.fr/id180931/article/2021-04-07/antoine-hubert-createur-et-dirigeant-dynsect-laureat-du-prix-national-choiseul>).

En réalité, le classement Choiseul Hauts-de-France 2021 révèle bien des choses : la maturité de certaines petites affaires révélées il y a peu d'années et devenues robustes sur leur marché ; mais aussi la confirmation de la capacité des « grandes maisons » régionales à renouveler leurs élites de cadres, la plupart ayant leur représentant à l'honneur (La Redoute, Arc, Bonduelle, Boulanger, Leroy Merlin, Lesaffre, etc.).

« *Les plus talentueux de leur génération* »

De nouvelles pousses aux côtés de grandes entreprises d'origine familiale, mais aussi quelques places intercalées avec des responsables d'administrations locales dans les collectivités ou de dirigeants de pôles de développement : un directeur de cabinet ou un directeur adjoint de la Région, un directeur de la Ville d'Arras, le dirigeant du pôle Euralens... C'est valider par une certaine jeunesse l'importance des écosystèmes d'acteurs publics ou semi-publics en soutien à l'économie régionale.

Une vitalité ressourçante

Ainsi, **l'Institut Choiseul** (<https://www.choiseul.info/>) a voulu mettre en avant les jeunes dirigeants « *les plus talentueux de leur génération* ». La liste aurait pu être bien plus longue, elle aurait pu s'élargir davantage aux cadres de l'économie sociale et solidaire. Reste en définitive l'impression d'une vitalité ressourçante et d'une formidable task force au service de l'activité, de l'investissement et de l'emploi. Au service aussi de territoires solidairement touchés par une crise sanitaire à laquelle s'oppose, chaque jour, la force des jeunes cadres et des jeunes dirigeants de toute une région.

Méthodologie du classement

L'Institut Choiseul s'est appuyé sur son expertise et a fait appel à de nombreux spécialistes du tissu économique régional pour réaliser cette étude ambitieuse et unique en son genre, venant dresser un état des lieux des forces vives qui participent au dynamisme et au rayonnement des Hauts-de-France.

La réalisation du Choiseul Hauts-de-France a été conduite par l'Institut Choiseul en 2020. Elle s'est articulée autour de **trois étapes principales** : la définition des objectifs et l'ajustement méthodologique ; la recherche et la sélection des profils ; la validation et l'élaboration du classement final faisant ressortir les cent jeunes

leaders économiques les plus prometteurs dans les Hauts-de-France.

Seuls les profils répondant à certaines conditions ont été retenus : **avoir 40 ans ou moins** au 1^{er} janvier 2021 ; **opérer dans la région Hauts-de-France** ; **avoir une contribution active à l'économie régionale**. Afin de classer les profils retenus, plusieurs critères ont été pris en compte tels que les accomplissements (expériences, réalisations, progression), la situation (position, réputation, influence), le potentiel (créativité, vision, agilité). Les cent lauréats sont classés de la 1^{re} à la 100^e place. L'étude étant arrêtée au 1^{er} janvier 2021, les évolutions professionnelles postérieures à cette date n'ont pas été prises en compte.

L'institut Choiseul

Basé à Paris, l'Institut Choiseul est un **think tank indépendant** dédié à l'analyse des questions stratégiques internationales et de la gouvernance économique mondiale. Son ambition est de créer des espaces indépendants de dialogue au carrefour du monde politique et institutionnel, de la sphère économique et de celle des idées pour fertiliser les débats sur les problématiques contemporaines.

En organisant des événements de prestige et des rencontres informelles entre les principaux dirigeants à Paris, à Bruxelles, à Moscou ou en Afrique, en diffusant ses publications auprès des décideurs et des leaders d'opinion influents, l'Institut Choiseul nourrit continuellement les décisions des acteurs économiques et politiques.

Identificateur de talents à travers notamment le Choiseul 100, le Choiseul 100 Africa, le Choiseul 100 Russia ou encore le Choiseul Ville de demain, l'Institut Choiseul contribue activement à l'émergence d'une jeune génération de dirigeants reconnus au niveau international. Avec le Choiseul Hauts-de-France, l'Institut signe sa deuxième déclinaison régionale et vient mettre en lumière celles et ceux qui participent au dynamisme de la région.

**Profitez des
avantages
de l'offre**

S'abonner dès 1€

(<https://lavoixdunord-espace-abonnement.lavoix.com/premium-1-euro>)

Lille : Pour ne pas jeter leurs fûts, dix bars lillois vendent leur bière à prix cassés

BOISSONS Comme leurs fûts s'approchent de leur date de péremption après six mois de fermeture, des bars ont décidé de faire un grand déstockage ce week-end des 10 et 11 avril

Francois Launay | 🕒 Publié le 08/04/21 à 17h20 — Mis à jour le 08/04/21 à 17h20



Des bars lillois écoulent leurs fûts pour éviter de les jeter — *Mousse Touch'*

- Ce week-end à Lille, dix bars vont écouler leurs fûts de bière qui arrivent à date de péremption.
- Une vente à emporter qui permettra aux clients de bénéficier de prix cassés sur les bouteilles de bière.

Tout doit disparaître ! Fermés depuis le 30 octobre, les bars ne savent plus quoi faire des stocks qui traînent dans leurs caves. Si certains produits peuvent encore être conservés, la

plupart des fûts de bière commencent à arriver à date de péremption après six mois d'arrêt total de l'activité. Alors, plutôt que d'attendre une date hypothétique de réouverture, [dix bars lillois](https://www.sauvonslabiere-mobilisation.fr/?fbclid=IwAR1-Elp_guydf7E6Bfg5JgC0Eaem0vbMXPxwcBxsxx-hPs8Z0XY6ljN0qss) (https://www.sauvonslabiere-mobilisation.fr/?fbclid=IwAR1-Elp_guydf7E6Bfg5JgC0Eaem0vbMXPxwcBxsxx-hPs8Z0XY6ljN0qss) ont décidé d'organiser ce week-end des 10 et 11 avril un grand déstockage de leurs fûts mais aussi de ceux de leurs fournisseurs régionaux

« On travaille avec des brasseries locales qu'on a souvent au téléphone en ce moment. On a constaté que beaucoup de fûts arrivaient à date de péremption. Et une fois cette date dépassée, on ne s'engage plus sur la qualité du produit. Alors, pour soulager les brasseries et les bars, on a décidé de vendre nos fûts. L'idée, c'est vraiment de faire une action positive autour des bars en montrant qu'on est encore actifs », explique Bertrand Villert, fondateur de [Mousse Touch'](https://www.facebook.com/Moussetouch8/) (<https://www.facebook.com/Moussetouch8/>), un bar lillois.

Deux semaines maximum pour consommer la bière

Il y a un mois cet établissement du quartier Saint-Sauveur avait déjà tenté l'expérience. Résultat : au lieu des dix espérés, ce sont une centaine de fûts qui sont partis en un week-end. Devant ce succès fulgurant, le bar a décidé de renouveler l'initiative en y associant d'autres établissements de boissons.

Et pour que la bière garde toute sa saveur et sa pétillance, les bars se sont rapprochés de [la société Jean Bouteille](http://www.jeanbouteille.fr/) (<http://www.jeanbouteille.fr/>). Grâce au système de growlers, l'entreprise a trouvé le moyen d'embouteiller les fûts de bière dans des bouteilles de verre d'un litre. Une fois vendue, la bouteille peut être consommée dans les quinze jours et ramenée au bar pour être consignée. « Toutes les bières sont consignées. La consigne coûte 1,50 euro que les gens récupèrent s'ils nous ramènent les bouteilles. Quant à la bière, elle est essentiellement locale et vendue entre trois et cinq euros le litre » détaille Bertrand Villert.

Et pour avoir l'embaras du choix, mieux vaut commander préalablement en ligne avant de venir chercher sa boisson dans les bars concernés par l'opération. Une bonne occasion aussi pour revoir un bar ouvert l'espace d'une vente à emporter avant des retrouvailles espérées pour l'été avec le plein de fûts !

ÉCONOMIE

Coronavirus : Vers une réouverture en trois étapes des bars et restaurants, encore sans calendrier, selon le patronat

SOCIÉTÉ

Coronavirus à Lille : Un an après le confinement, le monde de la nuit ne voit toujours pas le jour



Profession

Rejoignez la révolution de l'emballage le 24 juin

HENRI SAPORTA

Publié le 09/04/2021



SUR LE MÊME SUJET

▶ Trois lauréats pour Stratégies Emballages en 2020



© Pascal Guittet

Le rendez-vous annuel proposé par *Emballages Magazine* est centré sur la transition écologique. -

« *Rejoignez la révolution de l'emballage !* » Après une édition 2020 décalée au mois de novembre en raison de la pandémie, la conférence annuelle organisée par



rendez-vous fait la part belle à l'économie circulaire et aux nouveaux usages avec des interventions centrées sur le vrac et la consigne avec, par exemple, les témoignages d'Emmanuel Auberger (Uzaje), Gérard Bellet (Jean Bouteille) ou encore Marie Garnier (Metro France). Entre les lois dites Antigaspillage pour une économie circulaire (Agec) et Climat et résilience, sans oublier la directive européenne sur les plastiques à usage unique (Sup), la transition écologique se traduit d'ailleurs par une actualité réglementaire touffue que Citeo, la société agréée pour la valorisation des emballages et papiers ménagers au titre de la responsabilité élargie des producteurs (REP), décrypte. L'usage unique est d'ailleurs au cœur de l'intervention de CEE Robert Schisler.

Comme chaque année désormais Stratégies Emballages se tient en fin de matinée. Pour mémoire, le trophée Emballages du manager de l'année donne la parole à des professionnels qui portent une vision stratégique de l'emballage et du conditionnement. Cette édition est soutenue par Carton ondulé de France (CoF), CEE Robert Schisler, Citeo, Faerch, le Syndicat national des fabricants de boîtes, emballages et bouchages métalliques (SNFBM), Metsä Board et Tetra Pak.

[Retrouvez le programme et les conditions de participation](#)



★ 8 jours avant l

secondes restantes

zeste.

zeste.

Pour être informé des nouveautés
rejoignez la communauté Zeste 🧑🏻

On vous prévient en premier !

non merci

OK

Nos produits ▾ À Propos ▾ Personnalisation Blog

Accueil / [Blog](#) / [Ces bières éco-responsables à découvrir sans plus tarder](#)



Ces bières éco-responsables à découvrir sans plus tarder

MAI 18, 2021 POSTÉ PAR: LUCIE NOUAILLE LIFESTYLE

Privacy - Terms

★ 8 jours avant l

zeste.

zeste.

Pour être informé des nouveautés rejoignez la communauté Zeste 🧐

On vous prévient en premier !

non merci

OK

secondes restants

Nos produits v

À Propos v

Personnalisation

Blog



La Miche

La marque met régulièrement en avant sur Instagram les **restaurants et boulangeries partenaires**.

Côté **savoir**, La Miche propose pour le moment une **bière blonde** avec de légers arômes de **fruits** et de houblon. Pour **retrouver** leurs produits, on vous met [ici la carte](#) de leurs points de vente.

Si vous souhaitez découvrir de nouvelles bières en **limitant le gaspillage**, vous savez désormais où aller. L'occasion de faire, comme La Miche aime le dire, "**d'une bière deux coups**" 🧐

Jean Bouteille, la consigne pour limiter le gaspillage de bouteilles

Quand on pense **éco-responsable**, on pense à la manière dont les bières sont **produites**, mais aussi aux **contenants** qui les transportent.

★ 8 jours avant l
famille ! A l'heure
Néanmoins les im
pays 🇫🇷

zeste.

zeste.

Pour être informé des nouveautés
rejoignez la communauté Zeste 🧐

On vous prévient en premier !

non merci

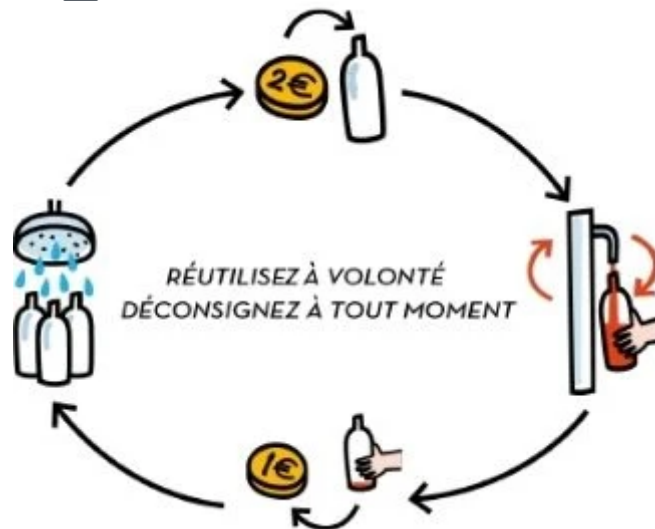
OK

secondes restants

CHOSE.

ème de tout un

Heureusement, **Jean Bouteille propose une solution** grâce à son offre de bouteille
Nos produits ▼ A Propos ▼ Personnalisation ▼ Blog
consignée.



Jean Bouteille, le concept

Le principe est simple : vous achetez une **première** fois votre **consigne**. Vous pouvez ensuite aller la **remplir du liquide** que vous souhaitez dans les magasins partenaires de Jean Bouteille. Vous pouvez remplir **autant de fois** que vous le souhaitez votre bouteille (uniquement le liquide sera ensuite facturé).

Si un jour vous ne souhaitez **plus utiliser votre bouteille**, vous pouvez la déposer dans un magasin partenaire, où l'on vous rendra l'argent de la consigne. La bouteille récupérée sera **ensuite nettoyée** et remise à disposition de **nouveaux consommateurs**. Et voilà !

Il existe plein de **consignes Jean Bouteille partout en France**, on vous met la **carte** juste en dessous !



zeste.

Pour être informé des nouveautés rejoignez la communauté Zeste 🧑🏻

On vous prévient en premier !

non merci

OK



Les bouteilles peuvent contenir toutes sortes de liquides : **huiles, vin, jus de fruits, bières**, et même de la **lessive** ! 🧼

Et petite nouveauté.. la marque est en train de mener une campagne de crowdfunding pour leur première **fontaine de bière en vrac** ! Un concept créé en **2019** et qui a donné beaucoup de fil à retordre à l'entreprise.

Mais enfin nous y sommes : la petite dernière s'appelle **Oublong**, et garantit une bière de qualité sans avoir une consigne remplie de **mousse**. On vous met ici une petite vidéo qui **récapitule le concept**.

Jean Bouteille et sa nouvelle solution pour ...



[#ESS](#)

Des bouteilles Jean Bouteille en verre consignées et réutilisables

La société lilloise Jean Bouteille installe le vrac et la consigne dans le quotidien des Français. Son objectif : une consommation de liquides sans générer de déchets.



La consigne revient au goût du jour chez Jean Bouteille. Crédit : Jean Bouteille

Créée en 2014, l'entreprise **ESUS lilloise Jean Bouteille** imaginée par Gérard Bellet, contribue à l'émergence d'une société zéro déchet. Le concept ? Des distributeurs de liquides (vins, huiles, jus, lessives, bières) dans lesquels les clients viennent s'approvisionner à l'aide de bouteille en verre acheter préalablement. Ces bouteilles sont ensuite réutilisées par les consommateurs ou consignées pour être lavées puis remises en vente par Jean Bouteille. Implantée partout en France avec plus de 1 000 commerces partenaires, l'entreprise s'étend aux DOM-TOM, à l'Allemagne, à la Belgique, aux Pays-Bas et au Luxembourg.

UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE

Comment révolutionner nos modes de consommation ? Par quel moyen un citoyen lambda peut-il agir ? A l'échelle d'un individu unique, **la consommation engagée** est difficile à atteindre alors qu'un groupe conséquent de citoyens peut avoir un impact positif et engendrer ainsi la réaction des acteurs de la distribution. L'Observatoire de la Consommation Responsable souligne le fort niveau de conscience de la gravité de la situation environnementale, jugée très préoccupante par 61 % des Français au point d'appeler « des changements radicaux afin de produire et consommer moins mais mieux ». D'après une étude de réseau Vrac et de Nielsen intitulée *Le Vrac : si les motivations n'étaient pas qu'écologiques, mais (aussi) économiques*, **le vrac est rentré dans les habitudes** de 5,4 millions de Français. Et 62 % des foyers français souhaitent plus de produits en vrac dans leurs magasins.

JEAN BOUTEILLE FACILITE LE ZÉRO DÉCHET

Jean Bouteille est l'une des nombreuses entreprises impliquées dans la révolution de nos paradigmes consuméristes qui tente de répondre à cette demande croissante de consommation engagée en éliminant les emballages à usage unique. « Notre objectif est d'être un incitant et un accompagnateur du passage à l'acte zéro déchet pour le consommateur afin d'ancrer le réutilisable et le bien manger dans le quotidien de tous les citoyens » explique Manon Carpentier, responsable marketing et communication chez Jean

moyennant un rendu d'un euro de la part du commerçant. Jean Bouteille récupère les bouteilles consignées et les réintroduit dans le circuit commercial une fois lavées. « On vient récupérer les bouteilles au bout de 100 bouteilles (consignées dans les magasins partenaires), elles sont ensuite lavées et réintroduites dans le circuit de magasins partenaires », souligne Manon Carpentier.

En 2019, parmi les 2,4 millions de bouteilles en verre mises sur le marché, le taux de réemploi était légèrement inférieur à 10 %, d'après le pré-rapport sur la consigne de Jacques Vernier. 86 % des emballages de boisson en verre étaient déposés dans les points d'apport volontaire, au nombre de 200 000. Ces consignes et ces réemplois permettent de diminuer la pollution liée au déversement de déchets plastiques dans la nature et réduisent la production de plastiques, notamment issus de l'industrie pétrochimique.

« Le réemploi des bouteilles permet d'économiser 33 % d'eau par rapport à une nouvelle bouteille fabriquée, de réduire de 76 % l'énergie consommée et d'émettre 79 % de gaz à effet de serre en moins », souligne Manon Carpentier.

DES BOUTEILLES CONSIGNÉES CONÇUES EN ESAT

Les Jean Bouteille ont été imaginées pour être réutilisables, autant de fois que possible. Fabriquées en verre et fermées par des bouchons mécaniques montés en ESAT (Etablissement et service d'aide par le travail) à Lomme à côté du port de Lille, ces bouteilles revêtent un caractère social. L'association Les Papillons Blancs gère la production et le montage des bouteilles, et intègre dans le marché du travail des personnes handicapées mentales. Elle réalise également de la manutention pour Jean Bouteille ainsi que la fabrication d'étiquetage pour la traçabilité des produits.

UNE PRODUCTION ET DISTRIBUTION ENGAGÉES

Les producteurs associés à Jean Bouteille doivent être transparents quant aux informations des produits et leurs méthodes de fabrication. L'entreprise est relativement exigeante quant au sourcing des produits et au respect du label bio pour proposer des produits en vrac zéro déchet d'une grande qualité nutritive et écologique à ses clients.

« Nous sélectionnons et embarquons des producteurs de bons produits bio, engagés dans la filière, prêts à faire bouger les lignes à nos côtés, en les accompagnant vers une logistique en vrac. Jean Bouteille, c'est 60 produits bio labellisés, soigneusement sélectionnés, conditionnés en vrac et prêts à l'emploi ! » nous détaille Manon Carpentier.

Le circuit court ? Pas forcément. Il est impossible de ne produire qu'en circuit court car il faudrait à l'entreprise des dizaines de produits et de centres de transformation partout en France pour pouvoir proposer des denrées différenciées dans l'ensemble des magasins partenaires. Dans un monde idéal, le circuit court serait le meilleur moyen d'approvisionnement. « Mais on a plus de 1 000 points de vente partenaires partout en France et à l'étranger, donc travailler uniquement en circuit court est impossible. Par contre on travaille à proposer partout des produits locaux », nous détaille Manon Carpentier.

LE VRAC DEPUIS LA CRISE DU COVID-19

Globalement, la crise sanitaire a ralenti la croissance du vrac. En 2019, le taux de croissance de la consommation en vrac était de 41 %. En 2020, il n'a été que de 8 %. « Le Covid a impacté pendant le premier confinement l'achat en vrac. Il y a eu un mouvement de recul, cela faisait peur de toucher les distributeurs en rayon », souligne la responsable communication de l'entreprise.

Les chiffres sont en train de réaugmenter. Les Français transforment leur mode de consommation pour un système résilient et durable. Aujourd'hui « le gouvernement et Réseau Vrac ont fait un gros travail pour rassurer les citoyens et pour prouver qu'un rayon vrac est plus propre qu'un rayon préemballé puisque les opérateurs sont obligés de le nettoyer plusieurs fois par jour », indique Manon Carpentier. En janvier 2020, 40 % des foyers français consommaient des produits en vrac. Un chiffre tombé à 22 % pendant le premier confinement, à 28 % en juillet et remonté à 37 % en décembre, selon Nielsen et Réseau Vrac.

Pollution plastique et microplastique

Benchmark des solutions

**7 pistes majeures pour une offre moins plastifiée,
plus durable et réutilisable**



noplasticinmysea.org



Réutilisation, consigne, recharge et refill de produits

Produits de grande consommation dans des contenants consignés (magasins et livraison)

Plusieurs entreprises mettent en place des programmes de consignes sur les emballages, qui permettent une réutilisation de ceux-ci.

Les offres qui émergent s'appuient :

- ~ soit sur un réseau de commerçants partenaires ou de points relais qui assurent la vente et la récupération des contenants consignés;
- ~ soit sur un système d'e-consigne c'est-à-dire d'e-commerce et de livraison qui organise le retour des emballages.

Les packagings varient avec des packagings « brandés » plus solides que ceux en magasins. Ou des contenants standardisés de différentes tailles, souvent associés à de la vente en vrac ([voir « Le vrac « brandé » »](#)).



Quelques offres

- ☞ Le magasin [Naked shop](#) à Paris : qui livre des produits de vrac liquide dans des flacons consignés qui peuvent être rendus au coursier lors de la livraison ou en boutique.
- ☞ [Endro cosmétiques](#) développe des produits cosmétiques vendus dans des bocaux. Les clients peuvent ramener leur bocal vide et lavé dans un des 300 points de vente partenaires.
- ☞ [Les yaourts Les Paturins](#) vendus en contenant consignés.
- ☞ [Jean Bouteille](#) : l'entreprise propose des bouteilles consignées en verre pour les produits liquides alimentaire et en plastique pour les produits ménagers. Les produits sont vendus en vrac chez un réseau de partenaires et les bouteilles lavées par les consommateurs.
- ☞ [Vrac'n Roll](#), il s'agit d'un magasin de vente en vrac en e-commerce en drive, livraison (sur Lyon ou dans l'un des 5 600 points relais référencés). La consigne est gratuite jusqu'à deux mois de retour.
- ☞ [Le Drive tout nu](#) propose des produits en vrac à la commande et pratique la consigne inversée : les contenants sont offerts avec la commande et le retour est récompensé par des bons d'achat de 10 centimes par contenant ramené (bocaux ou sacs en tissu).
- ☞ [Aurore Market](#), le site de e-commerce de produits bio passe en 2020 à des contenants consignés pour sa gamme en vrac.
- ☞ [Programme Loop](#) : Initié par [Terracycle](#), le programme Loop associe une plateforme de e-commerce mise en place par le [groupe Carrefour](#) en France, 40 marques de grande consommation qui ont fait évoluer leurs produits (boissons, huile...) avec des packagings durables et consignés, et un système de livraison qui permet le retour des produits vides. À noter, la durabilité des contenants a souvent nécessité de renoncer au plastique. La logistique de l'opération et le volet financier de la consigne sont gérés en France par [Petrel](#). Ce programme testé à Paris et New York en 2019 est en phase de déploiement dans le nord est des États-Unis et au Japon. Un développement est aussi prévu au Canada, au Royaume-Uni et en Allemagne.
- ☞ La société [Loopack](#) et ses sacs de caisses consignés.

ZOOM SUR... (COMMUNIQUÉS)



Adoptez les couches lavables Hamac pour réduire vos déchets !

Le saviez-vous ? Un enfant de 0 à 2,5 ans en couches jetables c'est 1 tonne de déchets ! Pour limiter cet impact, Hamac fabrique depuis 10 ans des couches lavables, la seule solution réellement écologique pour le change des bébés. Le principe est simple : une jolie culotte fine en microfibre avec une poche étanche dans laquelle on glisse un absorbant lavable et un voile biodégradable. Seul le voile avec les selles de votre bébé se jette, la couche et l'absorbant passent en machine. Les couches *Hamac* sont entièrement fabriquées en France et certifiées Oeko Tex 100 classe I. Elles sont conçues pour durer, et peuvent être utilisées pour un autre enfant ou revendues. La marque propose même un service de réparation pour remettre ses couches à neuf si besoin. Déjà plus de cent crèches et des milliers de parents ont adopté les couches Hamac pour leur qualité, pourquoi pas vous ? Vous pouvez démarrer avec le kit d'essai conçu par la marque, idéal pour tester !

📍 @hamacparis

Site web : www.hamac-paris.com

Hamac®



Consommer ses liquides sans générer de déchets, c'est possible !

Jean Bouteille élimine les emballages à usage unique présents dans toutes les pièces de votre maison. La marque vous aide à n'acheter que l'essentiel, grâce à des fontaines de vrac pour faciliter le service de ses liquides, associées à des contenants réutilisables. C'est très simple, vous adoptez une *Jean Bouteille*, vous la remplissez et une fois vide, vous venez la recharger à la fontaine autant de fois que souhaité. Avec ce petit geste, vous évitez 500 g de déchets par litre, comparé à une bouteille à usage unique. La bonne nouvelle ? Consommer autrement est possible pour tous les produits du quotidien : sauces, confitures, huiles, produits ménagers, vins, bière, produits d'hygiène corporelle, de quoi amener le #zérodechetpartout chez soi ! La marque sélectionne des produits bons et sains pour vous et votre planète, ils sont certifiés bio, cosmos organic ou nature et progrès ! *Jean Bouteille*, présent dans plus de 1000 points de vente, vous aide pas à pas à réinventer vos habitudes car le zéro déchet est une aventure à vivre à son rythme, geste par geste, un déchet en moins à la fois.

Retrouvez leur liste de [points de vente partenaires](#) dans le lien de leur bio Instagram.

📍 @jeanbouteille



ABONNEZ-VOUS
À TOUTE L'INFO DURABLE !

#Mobilités #RéchauffementClimatique

Votre adresse email

Je m'abonne à la Newsletter hebdomadaire

Je m'abonne à la Newsletter quotidienne

S'ABONNER

En vous abonnant, vous acceptez notre politique de confidentialité.

14
MAI

01
NOV

Appel a projet opération « Tous au Vrac »




L'opération Tous au vrac a pour ambition de permettre à des porteurs de projet de lancer ou développer un projet favorisant la vente en vrac. DR_Tous au vrac

En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies qui nous permettent de vous proposer des services et une offre adaptés à vos centres d'intérêts.

[En savoir plus](#) [Fermer](#)

En ligne

📍 Paris, 75000

 **de mai à novembre en 2021 MiiMOSA et Réseau Vrac lancent la nouvelle édition de l'appel à soutenir le développement du vrac et la réduction des emballages**
ABONNEZ-VOUS À TOUTE L'INFO DURABLE !

Votre adresse email

Je m'abonne à la Newsletter hebdomadaire

Je m'abonne à la Newsletter quotidienne

S'ABONNER

En vous abonnant, vous acceptez notre politique de confidentialité.

et

Lancée en mai en partenariat avec Jean Bouteille, We Bulk, Vracoop et J'aime mes dents, l'opération « **Tous Au Vrac** » a vocation à **encourager le développement du vrac** (ouverture de magasin, agrandissement d'une épicerie, développement de l'offre en vrac dans un commerce de proximité, etc.) et appelle ainsi tous les porteurs de projets de **commerces en vrac** en France comme en Belgique à déposer leur candidature sur le [site internet de l'opération](#) et à lancer une collecte de **financement participatif** avec MiiMOSA, en don avec contreparties ou en prêt participatif. Les porteurs de projets bénéficieront ainsi d'un accompagnement personnalisé dans le cadre de leur collecte et d'une visibilité renforcée auprès de la communauté des partenaires et de MiiMOSA.

À l'issue de l'analyse des candidatures, 3 projets lauréats seront sélectionnés par un jury (en novembre 2021) et bénéficieront d'un soutien financier ainsi que d'un accompagnement complet pour le développement de leur projet :

- 1h de formation avec un expert de Réseau Vrac
- Un bon de 300 € et 450€ pour le projet coup de cœur à valoir sur webulk.bio
- Une dotation de 200 € offerte par Jean Bouteille
- Une sélection de produits et de matériel d'une valeur totale de 1000€ offert par Vracoop, J'aime mes dents et l'ensemble des partenaires

Comment participer ?

1/ Candidater sur tousauvrac.com : MiiMOSA revient vers vous et vous oriente vers la solution de financement participatif la plus adaptée à votre projet

2/ Lancez votre campagne de financement participatif : MiiMOSA vous accompagne pas à pas dans la réussite de votre collecte (jusqu'à 3 millions d'euros)

En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies qui nous permettent de vous proposer des services et une offre adaptés à vos centres d'intérêts.

En savoir plus Fermer

Interview de Jean Bouteille – spécialiste du liquide en vrac

Nous avons décidé d'interviewer [Jean Bouteille](#), spécialiste du liquide en vrac, concept très intéressant et vertueux.

– Pouvez-vous nous présenter Jean Bouteille, l'origine du concept, et où en êtes-vous ?

Jean Bouteille est une marque sociétale, nous accompagnons la transformation Zéro déchet de la distribution à la consommation. La marque Jean Bouteille est née il y a 7 ans maintenant ! A une période où personne n'aurait crû que les citoyens auraient répondu à cette prise de conscience et suivi ce mouvement zéro déchet encore naissant...



Concrètement, Jean Bouteille élimine les emballages à usage unique présents dans toutes les pièces de votre maison. Vous n'achetez que l'essentiel, grâce à des fontaines de vrac pour faciliter le service de ses liquides, associées à des contenants réutilisables et déconsignables. C'est très simple, le consommateur adopte une Jean Bouteille et la réutilise pour lutter contre les bouteilles à usage unique. Notre objectif est d'être un incitant et un accompagnateur du passage à l'acte zéro déchet pour le consommateur afin d'ancrer le réutilisable et le bien manger dans le quotidien de tous les citoyens.

Tout a commencé par la conviction simple et pleine de sens de Gérard BELLET, fondateur de Jean Bouteille : pourquoi jeter ces milliers de bouteilles alors qu'elles n'ont été utilisées qu'une seule fois ? On ne jette pourtant pas sa vaisselle après l'avoir utilisée ? Son déclic ? Le constat du trop-plein de déchets représentés par les contenants liquides (568 kg de déchets ménagers et assimilés par habitant / par an (Ademe 2018) ☞ Alimentation : un gâchis de 150 kg par habitant (Ademe 2018) !



Le réemploi d'une bouteille permet en effet d'économiser jusqu'à 33% d'eau et 75% d'énergie comparé à une bouteille à usage unique. Face au sombre constat du trop-plein de déchets représentés par les contenants liquides, la marque Jean Bouteille est née avec comme ambition de sauver ces bouteilles innocentes de la poubelle en ancrant le réemploi dans la vie des citoyens !

Notre croisade vers un monde sans déchets démarre en 2014, afin de conquérir les rayons de préemballés pour prendre leur place. Aujourd'hui, en s'attaquant à chaque petit geste du quotidien, Jean Bouteille s'installe dans toutes les pièces de la maison et ce sont désormais plus de 1000 points de vente partenaires et des milliers de consommateurs qui nous font confiance !

– Pouvez-vous nous présenter la gamme de produit vendus ? Quels sont vos best sellers ? Comment sélectionnez-vous vos fournisseurs et comment vos produits sont-ils réalisés ? (J'ai répondu aux 2 questions en meme temps)

Nos produits

Nous développons le maximum de produits en vrac, pour faire du vrac la nouvelle norme de consommation et que chaque citoyen puisse bénéficier systématiquement d'une alternative aux pré-emballés près de chez soi. Pour cela, nous sélectionnons et embarquons des producteurs de bons produits bio, engagés dans la filière, prêts à faire bouger les lignes à nos côtés, en les



accompagnant vers une logistique vrac. Jean Bouteille c'est 60 produits BIO labellisés, soigneusement sélectionnés, conditionnés en vrac prêts à l'emploi !

Nous proposons 5 univers de produits : Cuisine, Buanderie, Salle de Bain, Cave et Alambic de quoi amener le zéro déchet dans toutes les pièces de maison.

Comment sélectionnons-nous nos producteurs ?

1- Tous nos produits sont certifiés Bio, Ecocert, Nature & Progrès ou Cosmos Organic selon les univers de produits.

2- Nous travaillons à la fois sur le goût et le prix pour une alternative au jetable de qualité et accessible.

3- Nous choisissons une origine cohérente avec le produit et nous favorisons le sourcing au plus proche de chez nous dans les Hauts de France dès que cela est possible.

4- Nous embarquons des producteurs transparents sur leurs ingrédients et leur méthode de fabrication. Nos producteurs partenaires doivent aussi être prêts à s'engager sur le vrac : adaptations de leurs produits, du conditionnement et de la DDM à ce mode de distribution.

Les bests sellers dans notre catalogue en volume (L) :

VOLUMES CUISINE CATEGORIE 2020	Total général
TOTAL Général L	435640
HUILES OLIVES	117960
LE LINGE	66450
VINAIGRES	48340
AUTRES HUILES	45030
LA VAISSELLE	32420
GELS DOUCHES	31630
LE NETTOYAGE	24545
SAVONS LIQUIDES	21860
SHAMPOINGS	14580

– Quelle part des produits que vous vendez sont bio ?

Tous les produits alimentaires sont certifiés agriculture biologique (AB). En plus de cela certains produits ont d'autres labels, tel que :

- Indication d'Origine Protégée (IGP)
- Appellation d'Origine Contrôlée (AOP)
- Fair Trade



Pour la cosmétique et / ou la détergence :

- Cosmos Organic
- Eco détergence
- Nature et progrès (mention)

–Le vin a une durée de vie limitée, une fois la bouteille entamée. Comment arrivez-vous à faire du vin de qualité en vrac ?

Nous travaillons avec la marque de vins engagés, vegan et zéro pesticide Oé pour créer de bons vins en vrac. Nous avons d'ailleurs réalisé un live à ce sujet hier, vous pouvez le retrouver ici et avoir l'avis d'une épicerie.

Vous pouvez également retrouver une documentation sur notre partenariat ici (merci de ne pas la partager le fichier, il s'agit d'un guide pour les épicerie et non pour les clients finaux, mais vous pouvez bien sûr reprendre les informations dont vous avez besoin). Les vins en vrac ne sont pas destinés à être stockés comme une bouteille de vin préemballé mais bien à être consommés rapidement. Ainsi, il est inutile d'avoir une bouteille teintée, même pour le vin rouge, car il sera consommé dans les 3 jours.

– Niveau tarif, comment se positionne Jean Bouteille vs les alternatives non vrac ?

Nous travaillons à la fois sur le goût et le prix pour une alternative au jetable de qualité et accessible. Nous essayons de faire comprendre à nos points de vente qu'il est important de baser le prix d'un liquide en vrac, de façon aligner à un même produit préemballé à qualité égale. Par exemple, prenons une huile d'olive bio préemballée, vs une huile d'olive bio en vrac, le consommateur doit pouvoir payer son huile d'olive bio en vrac de qualité identique (certification, provenance, engagements etc) au même prix lors de son premier achat (bouteille vide + liquide) pour ensuite ne payer que le liquide et donc être gagnant lors du réemploi de sa bouteille.



– Avez-vous déjà pu calculer la quantité de CO2 que Jean Bouteille a permis d'économiser ?

Quelques chiffres :

- Le réemploi des bouteilles permet d'économiser 33% d'eau par rapport à une nouvelle bouteille fabriquée, de réduire de 76% l'énergie consommée et d'émettre 79% de gaz à effet de serre en moins.
- Jean Bouteille, permet d'éviter 500G de déchets par L grâce au vrac et au réemploi (comparatif avec une bouteille préemballée)

- Bénéfice des Impacts évités par l'activité de Jean Bouteille en 2020 : 287,73 t de CO2eq et 220,29 t de déchets
- **Quelles sont vos plus belles fiertés chez Jean Bouteille (produits, ...) ?**

Nos plus belles fiertés :

1) Le parcours de Jean Bouteille et notre équipe car depuis la création en 2014 c'est désormais 35 salariés engagés et qui animent Jean Bouteille au quotidien

2) Notre participation au développement de la filière vrac : avec 1000 points de vente 3) La multiplication des produits pour permettre à chacun d'avoir une

alternative pour consommer responsable et agir au quotidien. Nous venons de lancer depuis quelques semaines les sauces et confitures en vrac, dont nous sommes très fiers !



3) Sur l'année 2020 c'est Jean Bouteille a vendu 419 865L de produits liquides toutes familles confondues sur 2020 ainsi que 221 336 contenants réutilisables donc c'est autant de bouteilles sauvées de la poubelle !

4) Notre capacité à innover au quotidien pour répondre toujours plus à nos magasins partenaires et consommateurs

5) Notre agrément esus, qui prouve que notre entreprise a utilité sociale ainsi que nos prix pour l'environnement comme par exemple le business award for the environment à Vienne 2020 7) Notre faculté à faire questionner marques et industriels sur leurs impacts, nous venons de développer depuis septembre notre business Unit Bulk for brands pour accompagner les marques vers le vrac (Dernière marque accompagnée : L'occitane).

– Quels impact le Covid a-t-il eu sur le vrac ? Avez-vous été impacté ?

Notre entreprise n'a pas été impactée, car nous fournissons les points de vente alimentaires, mais le vrac en lui-même a pris "un coup" durant le 1er confinement avec cette peur de toucher les rayons. Peur qui a disparu fort heureusement lors du confinement, car un rayon vrac est beaucoup plus entretenu qu'un rayon préemballé ([Réseau vrac et le gouvernement ont aidé à réassurer](#)). Une analyse de Nielsen prouve que le vrac continue à se développer malgré les conditions difficiles de 2020

– Combien de CA avez-vous généré en 2020 ?

Nous n'indiquons pas de CA, mais nous pouvons vous dire que sur 2020, nous avons réalisé 50% de progression du CA.

– Dans combien et dans quels magasins vos produits sont-ils vendus ?



Nous sommes présents dans 1000 points de vente partenaires.

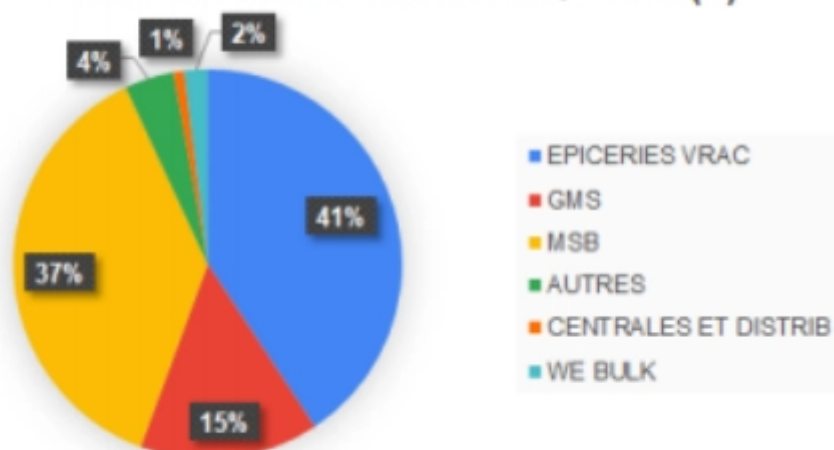
Nous croyons chez Jean Bouteille, que pour effectuer des changements dans la consommation des Français, il faut être présent partout. Il faut démocratiser le vrac pour changer notre manière de consommer, et cela signifie être présent dans tous les canaux de distribution : GMS, épicerie vrac, magasins bio ou enseignes de proximité. **Cependant nous effectuons un catalogue différencié pour nos**



canaux de vente, les magasins bio et épicerie vrac ont un catalogue de produits qui leur est complètement dédié. De plus nous faisons un travail de mise en avant des marques concernant l'étiquetage pour ces typologies de magasins. Un catalogue de produits est également dédié à la GMS. De cette manière le consommateur peut retrouver la marque sociétale Jean Bouteille partout pour consommer ses cosmétiques sans déchets mais il n'aura pas accès aux mêmes produits en fonction de sa typologie de point de vente.

Comme les chiffres peuvent le montrer notre cœur de cible sont les épicerie vrac et magasins bio :

Volume annuel PRODUITS LIQUIDES (L)



– Avez-vous des projets de nouvelles gammes pour les années à venir ?

Les défis sont nombreux pour la suite de 2021 et l'année 2022 ! Je vous glisse en pj notre newsletter avec ce que nous avons annoncé pour les prochains défis à relever et nos ambitions.

Copyright © 2021 Choixlib

Mentions légales • CGU • A propos

Le vin arrive en vrac

Publié par  [Ma Planète Mieux](#)



03/05/2021 13:46 - la dernière mise à jour 03/05/2021 13:47



Le vrac est tendance. Préoccupés par l'environnement, de plus en plus de consommateurs recherchent ainsi des solutions sans emballages. Ce qui n'a pas échappé à Oé, la start-up des vins engagés et de la consigne. Parce que de bons vins bio, engagés et zéro déchet, c'est possible... !

Oé et [Jean Bouteille](#), une collab écolo !

Jean Bouteille est un acteur qui accompagne la transformation zéro déchet de la distribution à la consommation s'associent pour proposer du bon vin bio en vrac. Il suffit d'acheter une fois la bouteille en verre et de la remplir. Grâce à la fontaine et au réemploi, cela représente 500g de déchets évités par litre, contrairement à une bouteille non consignée.

Le réemploi des bouteilles permet d'économiser 33% d'eau par rapport à une nouvelle bouteille fabriquée, de réduire de 76% l'énergie consommée et d'émettre 79% de gaz à effet de serre en moins.

Le concept s'inscrit dans l'économie circulaire : économie de la fonctionnalité (vendre le service de la bouteille et non la bouteille en elle-même), allongement de la durée de vie des emballages et consommation responsable.

Sachez que trois références de vin Oé disponibles en vrac : Un vin rouge équilibré :Le Méditerranée Rouge Oé; Un vin blanc rond et frais :Le Méditerranée Blanc Oé et un rosé : Le Méditerranée Rosé Oé - IGP – Bio. Les vins [Oé](#) x Jean Bouteille sont ainsi à retrouver dans toute la France, dans les épicerie partenaires. À date, 21 épicerie sont d'ores et déjà engagées et 860 litres de vin Oé ont été commandés depuis le lancement du partenariat.

[Accueil](#) [Retail](#) [Stratégie Retail](#)

Vin bio en vrac : un monde en pleine révolution

Publié par La Rédaction le 5 mai 2021 - mis à jour à 11:01



Les deux marques engagées Oé et Jean Bouteille s'associent pour proposer aux adeptes de vin et de bio du vin bio en vrac.

[Je m'abonne](#)

Oé, la start-up des vins engagés et de la consigne et Jean Bouteille, l'acteur qui accompagne la transformation zéro déchet de la distribution à la transformation s'associent pour proposer du bon vin bio en vrac. En s'associant, les deux marques, qui militent pour un

monde meilleur, veulent démocratiser une consommation plus saine et responsable.

Les promesses des vins en vrac Oé x Jean Bouteille :

■

Un bon vin qui reflète le terroir dans lequel il a grandi.

■

Un vin produit main dans la main avec les vignerons certifiés en agriculture biologique pour être partagés autour de bons moments.

■

Un geste écologique avec la bouteille Jean Bouteille réutilisable où son propre contenant : il suffit d'acheter une fois la bouteille et de la remplir.



œ

rebouchez
une bonne
bouteille.

Jean
Bouteille

LE VIN OÉ EN VRAC A TOUT BON

Grâce à la fontaine et au réemploi, cela représente **500g de déchets évités par litre**, contrairement à une bouteille non consignée.

Le réemploi des bouteilles permet d'économiser 33% d'eau par rapport à une nouvelle bouteille fabriquée, de réduire de 76% l'énergie consommée et d'émettre 79% de gaz à effet de serre en moins.

Trois références Oé disponibles en vrac :

■

Un vin rouge équilibré : Le Méditerranée Rouge Oé - Bio

■

Un vin blanc rond et frais : Le Méditerranée Blanc Oé - IGP - Bio

■

Le rosé parfait pour l'été : Le Méditerranée Rosé Oé - IGP - Bio

Les vins Oé x Jean Bouteille sont à retrouver dans toute la France, dans les épicerie partenaires. À date, 21 épicerie sont d'ores et déjà engagées et 860L de vin Oé ont été commandés depuis le lancement du partenariat.

Les vins Oé sont à consommer dans les 3 jours après la mise en bouteille, au frais pour le blanc et le rosé et à température ambiante pour le rouge.

Prix de vente conseillé : 0,75L : 5,99 euros TTC

A lire aussi

[Comment rendre le vrac rentable ? L'exemple de Day by Day](#)

[Je m'abonne](#)

[Accueil](#) [Retail](#) [Stratégie Retail](#)

Fnac Darty investit dans un nouvel outil marketing digital

Publié par La Rédaction le 30 avr. 2021 - mis à jour à 11:06



Avec sa nouvelle solution, le groupe Fnac Darty enrichit le parcours d'achat web en simplifiant l'accès à des suggestions additionnelles en lien avec le produit sélectionné ou le parcours de chaque client.

[Je m'abonne](#)

En collaboration avec la start-up française Glaze, Fnac Darty a décidé d'implanter un nouvel outil web de merchandising permettant de nourrir les sites de e-commerce du groupe de contenus à valeur ajoutée et, in fine, offrir une expérience d'achat online plus éclairée. Grâce à cette solution, les clients sont informés et guidés dans leurs choix par des informations additionnelles (proposition d'accessoires, indication de compatibilité, services, promotions, système de livraison...) directement visibles sur les pages des sites fnac.com et darty.com dans la perspective de les aider à optimiser l'usage de produit choisi. Après le liveshopping arrive le livestream et le chat vendeur. Le nouvel outil en faveur d'une expérience web toujours plus immersive et efficace s'inscrit dans la mise en oeuvre du nouveau plan stratégique

du groupe Fnac Darty, Everyday, dont l'une des ambitions est d'incarner les nouveaux standards du retail omnicanal de demain, à la fois digitalisé et humain.

Quand la performance omnicanale passe par l'innovation et la co-conception

Dans le cadre de sa stratégie omnicanale et l'accroissement de l'activité web, Fnac Darty recherchait une solution lui permettant d'accentuer " l'esprit du magasin " sur ses sites e-commerce, augmentant ainsi la création de valeur sur le web. Microsoft, partenaire du groupe, lui a alors présenté Glaze, l'une de ses start-ups incubées.

Glaze a développé une application web éponyme qui édite graphiquement et programme des campagnes d'enrichissement du parcours client, via l'apport de contenus à valeur ajoutée. Cette solution repose sur la création des dispositifs graphiques entièrement responsives et personnalisables, mis en avant sans freiner la navigation.

La solution a été testée et enrichie in vivo pendant près d'un mois et demi. Durant cette période, l'équipe de web-marchandiseurs Fnac Darty et l'équipe de Glaze ont travaillé étroitement et de manière collaborative sur l'évolution de la solution jusqu'à ce que cette dernière puisse répondre en tout point aux besoins du groupe.

Tout au long du POC (Proof Of Concept), les équipes ont souhaité mesurer les impacts de la solution sur plusieurs parcours client. Les équipes ont pu comparer l'écart existant entre 90% de clients exposés aux stimuli de Glaze et les 10% restants qui ne l'étaient pas. Elles ont ainsi observé des impacts de taux de conversion allant de 200 à 400% pour le panel exposé.

Fort de ce succès, le groupe a noué un partenariat avec la start-up pour déployer pleinement la solution Glaze a décidé de l'industrialiser.

À lire aussi

[La livraison de repas, un outil marketing ?](#)

Je m'abonne

La rédaction vous recommande

- ▶ **Fnac Darty lance un nouveau programme de fidélité multi-enseignes "Fnac+"**
- ▶ **Fnac Darty entre en négociations exclusives pour le rachat de Nature & Découvertes**
- ▶ **Comment OUI.sncf et Fnac Darty activent leur projet data ?**
- ▶ **Le groupe Sarbacane acquiert la start-up Datananas**

Webulk : plate-forme de mise en relation des épiceries avec les producteurs bio français

PRATIQUE.FR • 19/05/2021 à 15:25

Webulk est une startup française lancée en septembre 2020. Il s'agit d'une marketplace BtoB qui permet aux commerçants de commander directement auprès des producteurs bio appliquant une démarche zéro déchet. Les épiceries indépendantes peuvent alors s'approvisionner auprès de fournisseurs variés et écolos.

En 2019, le marché du vrac tous circuits confondus a engendré 1,2 milliard d'euros de chiffre d'affaires. Comparé à l'année précédente, cela représente une hausse de 41%. C'est vers ce secteur que s'est tourné Webulk.



Webulk : plate-forme de mise en relation des épiceries avec les producteurs bio français / iStock.com-aldemulle

A propos de Webulk

Après le développement du circuit court dans l'agroalimentaire en France, voici qu'arrive Webulk. Ce dernier est le fruit de la collaboration entre Ulterïa et Jean Bouteille, deux sociétés engagées dans le vrac et le bio depuis plusieurs années. Leur objectif commun étant d'organiser le marché du vrac, puis de développer la consommation zéro déchet. La startup est basée dans l'Yonne, à Bazarnes. Il faut savoir que cette startup a reçu le Trophée du Vrac en 2020, et ce, dans la catégorie Services et Équipements. D'autre part, le mouvement zéro déchet quant à lui devrait désormais être pratiqué par chacun. Cela peut passer par le recyclage des épluchures de fruits et légumes, à celui des appareils électroménagers, etc.

Comment fonctionne Webulk ?

En tant que marketplace, Webulk est un outil numérique permettant aux petits commerçants de passer directement leurs commandes auprès de divers fournisseurs regroupés sur une plateforme unique et engagés zéro déchet. Les épicerie peuvent alors passer une commande depuis le site Webulk pour ensuite recevoir en une seule livraison différents produits provenant de plusieurs fournisseurs. Une livraison unique s'effectuera alors dans les 72 heures qui suivent le paiement.

Il faut aussi savoir que pour les fournisseurs, cet outil leur permet de commercialiser leurs produits à un plus grand nombre de commerçants à travers une logistique facilitée. Par ailleurs, en plus des producteurs alimentaires, la startup s'ouvre également aux producteurs non alimentaires.

Dans l'ensemble, Webulk apporte aux épicerie vrac et aux producteurs des outils digitaux qui permettent de les mettre en relation directe, des outils habituellement dédiés aux grands réseaux. Couplée à un service d'expédition, cette relation permet alors à tous les acteurs de ce secteur de gagner en efficacité en ce qui concerne la démarche d'approvisionnement. La startup quant à elle se rémunère en prélevant une commission sur les transactions réalisées à travers sa plateforme et les prix qu'elle pratique sont comparables à ceux d'un approvisionnement direct chez le fournisseur, autrement dit, sans majoration.


Par ailleurs, il faut savoir qu'en plus du gain de temps sur la commande et la livraison

doivent avant tout clairement faire du vrac et dans l'alimentaire, ils se doivent d'être bio

et de respecter les conditions de travail. Différentes sortes de nouveaux produits en vrac, comme la bière en vrac par exemple, seront bientôt disponibles dans les épiceries vrac.

PRAT!QUE © Pratique.fr
> Les guides [pratique.fr](https://www.pratique.fr)

0 COMMENTAIRE

 Vous devez être membre pour ajouter un commentaire.
Vous êtes déjà membre ? [Connectez-vous](#)
Pas encore membre ? [Devenez membre gratuitement](#)

Un magasin nouvelle génération pour naturéO !

Publié par  [Christelle Magaud](#)





18/05/2021 09:55 - la dernière mise à jour 18/05/2021 07:55



Présente depuis 10 ans à Égly, l'enseigne naturéO - spécialiste du Bio - inaugure avec ce magasin du 91 sa vague de modernisation de points de vente, pour l'année 2021. En effet, le magasin de Égly dévoile ses nouveaux atours, visant à développer une expérience client au cœur de l'ADN de l'enseigne ! Fondée en 2007, naturéO est une entreprise familiale et indépendante, spécialiste du Bio. Malgré le contexte actuel, naturéO maintient ses projets de modernisation de son parc avec 6 projets prévus en 2021. C'est dans cette dynamique constante de développement, pour toujours plus s'adapter aux nouveaux modes de consommation et aux demandes express de ses clients, que naturéO dévoile la modernisation du magasin de Égly (91).

Dans ce point de vente de 650 m², [naturéO](#) propose un espace complètement revisité aux codes de sa modernisation, pensé pour offrir une expérience d'achat optimisée, au plus proche de ses valeurs intrinsèques : offrir des produits bio de qualité, respectueux des hommes et de la planète. Cela se matérialise via un choix de marques novatrices et françaises, de nouveaux aménagements, des services supplémentaires... Le parcours client a été revisité pour plus de fluidité : un magasin plus ouvert, qui se dévoile davantage via un jeu de verrières modernes.

Cave à vins, espace de convivialité, meuble froid avec porte, éclairage LED, espace local, espace maison... naturéO dynamise ses espaces par ce nouvel agencement et adapte ses contenants et présentoirs. Pour matérialiser cette nouvelle dynamique, l'enseigne fait le choix d'un décor naturel et chaleureux, fait de mobilier en bois écoresponsable, imaginé par le fabricant français Mobil Wood. Les rayons traditionnels et la cave à vins se parent aussi d'éléments plus chaleureux et plus fonctionnels. Multipliant les démarches écoresponsables depuis sa création pour agir en faveur des hommes et de la planète, naturéO a décidé de faire appel à Mobil Wood pour son nouveau mobilier. Ce prestataire engagé, qui partage ses valeurs et qui produit du mobilier en bois massif de haute qualité issu d'une démarche responsable, est totalement investi dans la protection de l'environnement. **Mobil Wood est à l'initiative de « In the Name of Wood », une démarche qui favorise le reboisement en France : pour un arbre coupé, trois autres sont replantés.**

 Ce site web utilise des cookies pour vous offrir une meilleure expérience et pour vous montrer des publicités personnalisées. En utilisant ce site, vous acceptez leur utilisation. Voir notre [Politique de protection des Données Personnelles](#). 

fabriquer leur propre pâte à tartiner ou de la purée d'amande avec l'installation d'une machine à oreagineux, avec bien sur la possibilité

d'apporter son propre contenant. Au sein du magasin d'Égly modernisé, l'espace vrac et recharge s'agrandit et s'enrichit : les consommateurs ont accès en libre-service au miel, au bar à olives, mais aussi aux huiles, vinaigres, sirops, produits d'hygiène et d'entretien liquides...

NaturéO déploie également dans ses magasins des outils pédagogiques à destination des consommateurs. Ainsi apparaissent dans les rayons du magasin de Égly les bornes Scan Up. Celles-ci fournissent pour chaque produit scanné des informations sur le nutri-score et le taux de transformation des aliments. Un service en accord avec les nouvelles attentes des consommateurs pour un produit plus propre, plus transparent et plus sain.

NaturéO installe aussi à Égly de bacs de recyclage à l'entrée du magasin : les clients pourront ainsi déposer dosettes de café, déchets électroniques, piles, bouchons plastiques... Ces équipements viennent renforcer l'engagement de naturéO vis-à-vis de la planète et s'inscrivent pleinement dans une démarche environnementale de la part de l'enseigne qui souhaite impliquer les consommateurs et les encourager à adopter des pratiques responsables.

MENU

SUIVEZ-NOUS

VOUS AVEZ BESOIN
D'AIDE ?

AUTRE

[ACCUEIL](#)

[MENTIONS LÉGALES](#)

[MON PROFIL](#)

[FAQ](#)

[CHARTRE DE
CONFIDENTIALITÉ](#)

[CHAÎNES
D'ACTUALITÉ](#)

[ENTREPRISES](#)

[MON RESEAU](#)



Ce site web utilise des cookies pour vous offrir une meilleure expérience et pour vous montrer des publicités personnalisées. En utilisant ce site, vous acceptez leur utilisation. Voir notre [Politique de protection des Données Personnelles](#).



Jean Bouteille, zéro déchet et des projets multiples

Après les liquides en vrac pour les magasins, puis les produits faiblement visqueux, Jean Bouteille veut s'attaquer aux produits frais. Et a des visées de développement sur le marché européen.

La PME est prometteuse. En juillet dernier, Jean Bouteille a levé 1,6 million d'euros, sa troisième levée de fonds depuis son lancement en 2014, les premières en 2016 et 2018 avaient été réalisées avec des gens du métier intéressés par son aventure. Cette fois, les fonds levés auprès de Novess et de Raise Impact, qui ciblent les entreprises engagées sur les sujets environnementaux, sont destinés à structurer son activité à travers le recrutement de profils experts, l'agrandissement de sa gamme vers du pâteux et du frais, et l'amorçage de l'internationalisation. « *Autrefois réservés à des associations, les fonds de l'économie solidaire financent aujourd'hui des sociétés qui sont passées sur un modèle vertueux, commente son fondateur, Gérard Bellet. Il faut que la*



Les contenants sont réutilisés et consignés. Et les produits sont toujours bio et si possible français.

5 M€

de CA fin 2020

- 37 salariés
- Présent dans 800 points de vente
- 70 références

Source : Jean Bouteille



© JEAN BOUTEILLE

mariée soit déjà bien habillée pour les intéresser. Nous avons aussi eu des aides de la BPI qui nous a fait des prêts à des moments clés.»

Batailler pour convaincre

Installée à Lille, la société de 40 salariés propose des solutions complètes pour les distributeurs, permettant de consommer des produits liquides (huile, vin, lessive...) sans générer de déchets. Les bouteilles sont réutilisées et consignées. 70 produits liquides sont référencés, dont 30 réservés aux magasins bio spécialisés et au réseau vrac. Les produits sont toujours bio et français si possible. L'huile est sourcée en Espagne, en Tunisie, le vinaigre à Modène, le vin est français avec des IGP d'Oc. Depuis l'an dernier, l'entreprise propose une fontaine à bière pression en vrac et a étendu son offre aux produits non visqueux

(moutarde, mayonnaise, confiture, pâte à tartiner) grâce à sa fontaine Gravity, qui permet aux consommateurs le remplissage d'une bouteille de 50 cl en moins de dix secondes. Cette solution compacte offre aux points de vente la possibilité de proposer 4 à 6 références par étagère, soit jusqu'à 18 références au mètre carré; et un écoulement constant, même en fin de fontaine, qui se vide à 99%. « Celle-ci permet, via une interface pour les opérateurs, de faciliter la gestion du rayon grâce à l'analyse automatique des ventes, des alertes sur les stocks en temps réel, la gestion de la traçabilité produits et leur recharge », précise Gérard Bellet.

Si son offre colle à l'air du temps, il a fallu batailler pour convaincre. « Entre 2012 et 2014, le recyclage a commencé à changer d'image, raconte Gérard Bellet. La prévention des déchets a pris le pas, avec une forte croissance du vrac sec. Je suis né en même temps que le mouvement zéro-déchet que j'ai aidé à grandir, puisque je suis l'un des membres fondateurs du Réseau Vrac. » Dès 2021, il compte proposer des produits frais (jus, yaourts...) et vise l'export. « Nous sommes présents à La Réunion, en Nouvelle-Calédonie, en Belgique, en Allemagne. Nous voulons grossir en Allemagne et au Benelux et nous étendre vers la Grande-Bretagne avec des marques européennes pour fournir des corners vrac. » La marque, qui a recruté 7 personnes en 2020, espère doubler ses ventes tous les deux ans en Europe. ■

SYLVIE LAVABRE



© JEAN BOUTEILLE

« Présents à La Réunion, en Nouvelle-Calédonie, en Belgique, en Allemagne, nous voulons grossir en Allemagne et au Benelux et visons la Grande-Bretagne avec des marques européennes pour fournir des corners vrac. »

Gérard Bellet, fondateur de Jean Bouteille



🔍 Que recherchez-vous ?

Entreprises Décideurs Métiers Marchés LSA Commerce connecté **LSA Green** Événements LSA

Plus

Recherche

Magazine

Newsletters

Services Événements et formations Emploi LSA Expert Webinars Livres Blancs Études LSA LSA Live Appels d'Offres

Accueil LSA

Vin bio en vrac : Oé et Jean Bouteille s'associent

SYLVIE LÉBOULENGER | BOISSONS, BOISSONS ALCOOLISÉES, VRAC

PUBLIÉ LE 03/05/2021

TWITTER

FACEBOOK

LINKEDIN

EMAIL

Oé et Jean Bouteille, deux acteurs du vrac, et notamment du vin bio en vrac, unissent leurs forces.



Le vin en vrac commence à trouver sa place.

LA RÉDACTION VOUS CONSEILLE

Ventes en vrac: 46% de non conformité selon la DGCCRF

Oé, la start-up des vins engagés et de la consigne, et Jean Bouteille, l'acteur qui accompagne la transformation zéro déchet de la distribution à la consommation, s'associent pour proposer du vin bio



🔍 Que recherchez-vous ?

Entreprises Décideurs Métiers Marchés LSA Commerce connecté **LSA Green** Événements LSA

Plus

Recherche

Magazine

Newsletters

Services Événements et formations Emploi LSA Expert Webinars Livres Blancs Études LSA LSA Live Appels d'Offres

Sesame. Les deux acteurs assurent que le remplissage des bouteilles permet d'économiser 55% d'eau par rapport à une nouvelle bouteille fabriquée, de réduire de 76% l'énergie consommée et d'émettre 79% de gaz à effet de serre en moins.

Jean Bouteille en quelques mots

Accompagner la transformation zéro déchet de la distribution à la consommation : telle est la vision de Jean Bouteille, en associant la vente en vrac de liquides à la bouteille réutilisable pour permettre aux consommateurs de changer ses pratiques en achetant des produits liquides sans générer de déchets. Forte d'une expérience acquise dans 1000 points de vente depuis 2014, Jean Bouteille est désormais une PME de 36 salariés. En 2017, elle a reçu le prix entreprises et environnement du Ministère de la transition écologique et solidaire, tandis qu'elle a été récompensée par l'European Business Award for the Environment 2018-2019, à Vienne. En 2018, elle a également obtenu l'agrément "Esus". Jean Bouteille est présent en France, Belgique, Pays bas, Danemark, Allemagne, Île de la Réunion et Nouvelle Calédonie.

Oé, fournisseur du ministère de la Transition écologique

Créée en 2015 par Thomas Lemasle et François-Xavier Henry, Oé collabore avec des vignerons certifiés en agriculture biologique dans toute la France et compte aujourd'hui 13 références dans son

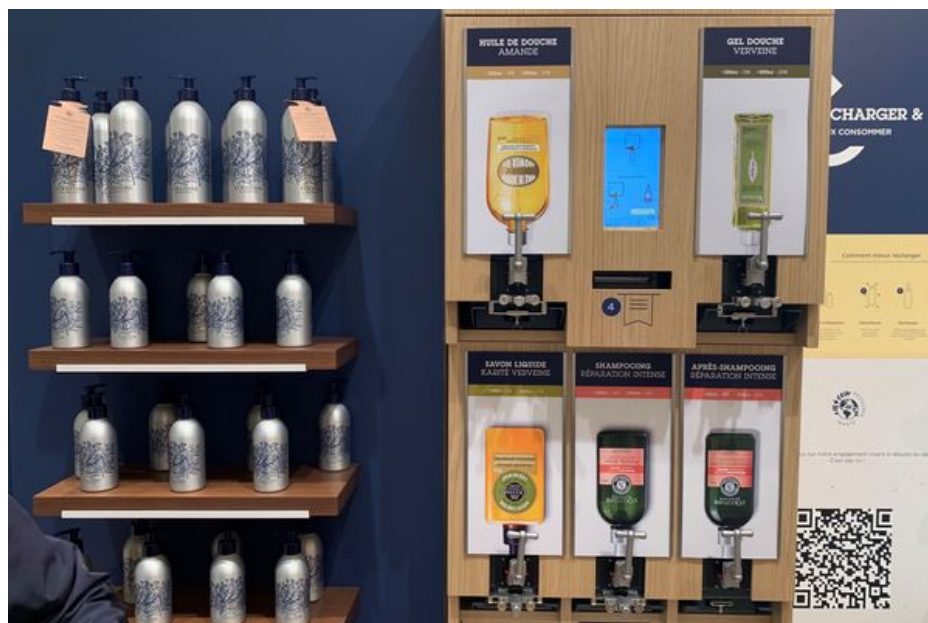


Innovation

Comment fonctionne la fontaine vrac de L'Occitane

PIERRE MONNIER

Publié le 23/06/2021



Les fontaines vrac de L'Occitane offrent un système de remplissage en magasin pour les clients.

© Pierre Monnier - Emballages Magazine

La marque de produits cosmétiques a dévoilé une machine de « rereplissage » pour proposer une alternative aux flacons en plastique. Les consommateurs peuvent d'ores et déjà passer aux bouteilles en aluminium



Paris, Lyon (Rhône) ou au magasin d'usine de Manosque (Alpes-de-Haute-Provence), [le meuble permet aux consommateurs de faire remplir leurs emballages.](#)

L'objectif est double : pour la marque de cosmétiques, cela permet de mettre sur le marché une solution packaging durable pour cinq de ses produits phare ; pour le consommateur, le retour au magasin est un acte en faveur de l'environnement, mais également de son porte-monnaie.

Une réduction du plastique de 94 %

Afin de proposer ce service, L'Occitane a travaillé avec Jean Bouteille, rencontré en janvier 2020 sur le salon Change Now, qui promeut les solutions respectueuses pour la planète. Le spécialiste de la vente de liquide en vrac a adapté sa machine aux besoins de la cosmétique. Lors de chaque utilisation, une étiquette est donc imprimée et apposée sur un cavalier qui enveloppe le haut des contenants. Elle contient la liste des ingrédients, les mentions légales, mais aussi une date d'utilisation (un an à compter du remplissage). Ces informations sont ainsi constamment présentes sur le produit.

Si L'Occitane a entrepris cette démarche, c'est en partie pour réduire sa consommation de plastique. Les bouteilles réutilisables sont en aluminium 100 % recyclé, fournies par l'espagnol Envases. « *Nous avons étudié le ratio le plus efficace entre le packaging et le jus*, explique Corinne Fugier-Garrel, la directrice packaging de L'Occitane. *C'est pourquoi nous avons placé des big-bags*



vin, ces emballages affichent une réduction de 94 % du plastique en comparaison des flacons classiques. Un résultat supérieur à la diminution de 80 à 85 % obtenue grâce aux écorecharges.



Afin de rendre la distribution de ces grands volumes plus pratiques, les casiers qui les contiennent sont placés sous pression pour augmenter le débit de la fontaine.

Avant de rapporter leurs bouteilles, les consommateurs sont invités à les rincer et à les faire sécher. Des instructions qui prennent tout leur sens lors du remplissage en magasin. Pour assurer une sécurité bactériologique, les emballages sont stérilisés grâce à un flash de lumière pulsée. « *Contrairement aux lumières UV, la lumière pulsée va permettre d'éliminer les bactéries, mais également les moisissures* », précise Corinne Fugier-Garrel. Une machine spécifique de Claranor a ainsi été intégrée au meuble. Lors de ce retour en magasin, les clients ne paieront que la formule. Mais la promesse de L'Occitane est d'inviter à ce procédé de remplissage avec un prix équivalent au produit dans un flacon plastique en linéaire lors du premier achat. Le tout malgré l'acquisition de la bouteille vendue 3 euros ou 5 euros en fonction du volume choisi.



son projet, L'Occitane prévoit déjà d'installer ses meubles de remplissage en Espagne, au Royaume-Uni, en Suisse, en Allemagne et dans les pays de l'Europe de l'Est. En septembre, l'Asie sera aussi équipée, puis les États-Unis. « *Nous avons besoin d'un partenaire qui pourrait nous accompagner pour obtenir l'ensemble des certifications de la machine* », confie Corinne Fugier-Garrel. Car à chaque marché ses spécifications réglementaires ou ses problématiques parfois très terre à terre, telles que les prises électriques qui diffèrent dans certains pays.

L'Occitane avait déjà réalisé un projet pilote autour du remplissage en boutique avec Marie-Laure PLV. Les retours avaient montré des soucis de fragilité à l'usage qui ont permis à la marque de proposer une solution plus adaptée. Pour autant, la mise en place des fontaines vrac reste « *un investissement* », confie la directrice packaging. Mais le principal but n'était pas la rentabilité. Pour l'heure, il s'agit avant tout de « *trouver une alternative vers une solution packaging durable* », conclut-elle.



DÉCOUVREZ LA NEWSLETTER EMBALLAGES MAGAZINE

Votre adresse e-mail

OK

Profession

Venez faire la révolution de l'emballage !

HENRI SAPORTA

Publié le 11/06/2021



© Pascal Guittet

Emballages Magazine organise sa traditionnelle conférence annuelle le 24

juin avec un plateau d'intervenants de choix.

Le compte à rebours est désormais bien entamé !

[Emballages Magazine se met à l'heure de la révolution de l'emballage le 24 juin](#) dans le cadre de sa conférence

annuelle. Retransmis en direct avec replay, l'événement est naturellement organisé dans le respect des règles de distanciation sociale et de sécurité sanitaire. Afin d'entrer directement dans le vif du sujet, Fabrice Peltier ouvre la journée en compagnie d'Adeline Vancauwelaert, la nouvelle directrice du salon All4Pack dont la prochaine édition est programmé en novembre 2022. Auteur de La révolution de l'emballage, un ouvrage conçu en partenariat avec All4Pack en 2020, Fabrice Peltier présente actuellement la version anglaise : The Packaging Revolution. Le designer et consultant prépare déjà la deuxième période... Transition écologique oblige, le rendez-vous fait la part belle à l'économie circulaire et aux nouveaux usages avec des interventions centrées sur le vrac et la consigne avec, par exemple, les témoignages d'Emmanuel Auburger (Uzaje), Gérard Bellet (Jean Bouteille) Maria Mella (The Naked Shop) ou encore Marie Garnier (Metro France).

Ruptures

Dans cette période propice à l'innovation et aux ruptures, Carine Christophe (Pernod Ricard), Frédéric Dreux (Unilever prestige), Arnaud Rolland (CCEP) ou encore Gilles Tisserand (Tetra Pak) et Bak Thellesen (Faerch) vont porter le point de vue de grands groupes. Entre les lois dites Antigaspillage pour une économie circulaire (Agec) et Climat et résilience, sans oublier la directive européenne sur les plastiques à usage unique (Sup), la transition écologique se traduit d'ailleurs par une actualité

réglementaire touffue que Citeo, la société agréée pour la valorisation des emballages et papiers ménagers au titre de la responsabilité élargie des producteurs (REP), décrypte. Tous les matériaux sont dans la course à comme le métal représenté par Claudie Mathieu au nom du Syndicat national des fabricants de boîtes, emballages et bouchages métalliques (SNFBM). L'usage unique est d'ailleurs au cœur de l'intervention de David Schisler, le patron de CEE Robert Schisler. Emballages Magazine consacre le dossier de son numéro de juin-juillet aux enjeux de l'hygiène et de la beauté. Un dossier qui montre un univers en pleine effervescence... Dans son allocution de clôture, Jacques Playe (L'Oreal) aura l'occasion de le démontrer.

Stratégies Emballages

Comme chaque année désormais, Stratégies Emballages se tient en fin de matinée. Pour mémoire, le trophée Emballages du manager de l'année donne la parole à des professionnels qui portent une vision stratégique de l'emballage et du conditionnement. Lauréat de Stratégies Emballages, Marc Gaudillière développera l'intérêt des réseaux professionnels au nom d'Esepac Packaging Network (EPN). Cette édition est soutenue par All4Pack (Comexposium), Carton ondulé de France (CoF), CEE Robert Schisler, Citeo, Faerch, le Syndicat national des fabricants de boîtes, emballages et bouchages métalliques (SNFBM), Metsä Board et Tetra Pak.

[Pour tout savoir sur la conférence annuelle](#)



L'emballage à usage unique, vous trouvez cela chic ?

E-commerce, livraison de repas, produits pré-conditionnés en magasins... Difficile de ne pas remplir les poubelles de ces emballages à usage unique. Notre production de déchets augmente, et le recyclage ne résoudra pas tout. La 4ème édition du [changeNOW summit](#) a été l'occasion de rencontrer des entreprises qui s'engagent face au fléau du conditionnement à usage unique. Emballages et colis réutilisables, démocratisation du vrac, matières compostables... ; tour d'horizon de ces innovations positives au service de l'environnement.



Tous unis pour un monde où l'emballage à usage unique reste l'exception et le réutilisable la norme

Article réalisé par **Thomas Chambon**

Publication le 17 juin 2021

Nos déchets sont en hausse mais leurs débouchés sont en baisse

En 2017, la production française de déchets ménagers et assimilés (DMA) représente 580kg par habitant. Un chiffre en

augmentation. Mais certains chiffres sont parlants. La livraison de colis a atteint **1,36 milliards de paquets** en 2020 en France. Une hausse de plus de 12% liée aux confinements et à la situation sanitaire ! « Un colis c'est 20% de plastique, la version souple et très mal recyclée, et 80% de carton. Le recyclage du carton est limité à 7 cycles et est très consommateur d'énergie » m'explique Charlotte Dramet cofondatrice d'OPOPOP, une solution de colis réutilisables et consignés.

Cerise sur le gâteau ? Depuis 2018, **la Chine a décidé de ne plus accepter nos déchets plastiques** et cela chamboule le marché mondial du recyclage. Nombre de nos déchets plastiques ne sont ainsi plus recyclés, mais enfouis sous terre ou incinérés. Et cela a des conséquences désastreuses sur notre environnement.

Les déchets que nous produisons se retrouvent dans nos assiettes

« Le sujet du plastique est un double sujet. C'est sans doute le matériau le plus innovant car il a des caractéristiques de légèreté et des propriétés barrières. Et cela a permis de réduire l'impact environnemental de nos modes de vie. En revanche, il a deux inconvénients. Le premier : une très grande complexité pour atteindre 100% de recyclage. Aujourd'hui on atteint seulement 30% en France. Le second : dès lors qu'il se retrouve dans la rue ou dans la nature, c'est un fléau mondial. »

Jean Hornain, Directeur général CITEO

Lorsqu'un déchet n'est pas recyclé, **il est soit brûlé, soit enfoui dans le sol**. Deux méthodes ayant des conséquences toxiques sur notre environnement et sur notre santé. En effet, avec l'enfouissement, les eaux de pluie s'infiltrant, produisant le **lixiviat**. Ce liquide toxique pollue nos sols et nos nappes phréatiques. Concernant l'incinération, elle génère des gaz toxiques et polluants qui accélèrent le réchauffement climatique. Rien de très réjouissant... Et ce n'est pas tout ! Lorsqu'il n'est pas jeté dans une poubelle, un déchet plastique produit des microparticules par effet d'érosion. A peine visibles à l'œil nu, ces microparticules de plastique s'infiltrant partout, même **dans nos assiettes** !

Pour conclure, le recyclage est une solution permettant de réduire l'impact de nos déchets. Cependant, cette méthode est très vorace en énergie. Elle doit donc être combinée avec une démarche de réduction du nombre de déchets. En effet, **le meilleur déchet est celui qu'on ne produit pas** !



Les emballages à usage unique font déborder nos poubelles

Un cadre réglementaire qui tient bon malgré la crise

Face à ces enjeux et grâce au lobbying de certaines associations, la législation évolue avec la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (loi AGEC). Promulguée le 10 Février 2020, cette loi vise **la fin de la mise sur le marché des emballages en plastique à usage unique d'ici 2040**. Et avant 2040 me direz-vous ? Les interdictions de mise sur le marché de produits emblématiques comme les pailles, les cotons-tiges et autres... boîtes à kebab... se succèdent. Malgré la situation sanitaire

Les produits en vrac se retrouvent désormais dans le projet de loi Climat et Résilience. D'ici 2030, 20% des surfaces des supermarchés de plus de 400m² devront être dédiés à des produits vrac. Ce projet de loi est actuellement discuté à l'Assemblée Nationale et nos députés semblent lui être plus que favorables. Mais malgré ces bonnes nouvelles, plus ou moins proches dans le temps, nous devons maintenir la pression auprès de nos politiques. Adaptions notre consommation lorsque cela est possible et réduisons au maximum nos déchets à usage unique.

« Sois le changement que tu veux voir dans le monde ! »

Gandhi

De mauvaises habitudes exacerbées par la COVID

La crise sanitaire que nous traversons a eu des effets sur notre consommation de plastiques et d'emballages à usage unique. En effet, l'année 2020 a été record pour le e-commerce, avec une hausse des ventes de 32% ! De plus, la restauration rapide produit 13 milliards d'emballages jetables et la livraison représentait 200 millions de repas en 2019 (les chiffres de la restauration rapide datent de 2012...). Nous n'avons pas de chiffres officiels sur l'augmentation des livraisons de repas liée à la COVID-19. Cependant, chacun est capable de mesurer sa propre consommation et celle de son immeuble. Il suffit de jeter un coup d'œil aux poubelles qui débordent dans la rue. Mais alors, la COVID-19 marque-t-elle la fin de nos efforts vers un monde sans emballage à usage unique ?

Nombres d'entreprises que nous avons rencontrées lors de changeNOW nous ont confié le contraire. Les professionnels sont de plus en plus conscients de ces sujets. Ils sont demandeurs de solutions réutilisables pour leurs emballages. Que ce soit pour les colis ou bien pour les livraisons de repas, la France regorge de projets combinant performance de l'offre et impact environnemental. Vous voulez en savoir plus ?

« Il n'y a pas que le recyclage dans la vie, il y a aussi les systèmes de réemploi. Chez CITEO nous soutenons une trentaine d'initiatives qui permettent de rapporter les emballages avec un système de consigne. Trouver des alternatives à l'usage unique fait partie des enjeux du futur avec des objectifs fixés par la loi AGEC : 5% en 2023 et 10% en 2027 des emballages devront être réutilisables ou réemployables. »

Jean Hornain, Directeur général CITEO

Les héros qui s'engagent pour notre confort et notre planète (par ordre alphabétique)

Bric à Vrac - Pour que tout le monde passe au vrac

Ils s'appellent Elise Rey du Boissieu, Flore Leenhardt et Samy Nastuzzi et œuvrent à la démocratisation du vrac dans les magasins. Leur démarche ? Proposer une solution technologique permettant **d'automatiser le service des produits vrac**. Cela dédramatise ce mode de consommation et incite les magasins encore réticents pour des raisons sanitaires et économiques. Vous souhaitez en savoir plus ? Rendez-vous sur [Bric à Vrac](#).

Bric à Vrac a développé une solution technologique permettant d'automatiser le service des produits en vrac

HIPLI - Les colis réutilisables et responsables pour les e-commerçants

Léa Got et Anne-Sophie Raoult ont développé HIPLI, un colis réutilisable dédié au e-commerce. Leur combat ? Les poubelles qui débordent de cartons et les e-commerçants engagés qui n'ont pas de solution pour les envois respectueux de l'environnement. Elles permettent à ces derniers de nous proposer des livraisons écologiques où le client s'engage à **renvoyer le colis réutilisable en point de collecte**. Pas de timbre à payer, il suffit juste de renvoyer le colis plié dans son enveloppe pré-affranchie ! Le colis HIPLI a moins d'impact environnemental qu'un carton standard dès sa seconde utilisation. Un colis rigide est en cours de développement pour les envois de produits fragiles.

HIPLI - Les colis réutilisables et responsables pour les e-commerçants (crédit photo Caroline Lelièvre)

« Il faut continuer à acheter raisonnablement car une des problématiques du e-commerce vient de la surconsommation. On a tous besoin de se vêtir et notre vision chez Hipli c'est d'aider à créer un monde où chacun peut continuer à vivre sans générer de déchets. »

Anne-Sophie Raoult, cofondatrice de HIPLI

Jean Bouteille - La vente liquide en vrac dans les magasins

Créé par Gérard Bellet, [Jean Bouteille](#) innove depuis 2014 pour faire émerger une société zéro déchets de la distribution à la consommation. Leur objectif ? Etre **un incitant et un accompagnateur du passage à l'acte zéro déchet** pour le consommateur afin d'ancrer le réutilisable et le bien manger dans le quotidien de tous les citoyens. Comment ? C'est très simple, le consommateur adopte une Jean Bouteille et la réutilise pour lutter contre les bouteilles à usage unique. Le réemploi des bouteilles permet d'économiser 33% d'eau par rapport à une nouvelle bouteille fabriquée, de réduire de 76% l'énergie consommée et d'émettre 79% de gaz à effet de serre en moins. Jean Bouteille, permet d'éviter 500G de déchets par litre grâce au vrac et au réemploi. Et Jean Bouteille continue à innover en créant [Bulk for brands](#), afin d'accompagner les marques vers le vrac. Un partenariat fraîchement signé lors du changeNOW 2021 avec L'Occitane leur permet de s'étendre sur 25 pays.

Jean Bouteille - La vente liquide en vrac dans les magasins

Kerhea - Made from Nature

Lucien Kerisit est le fondateur de [Kerhea](#). Son combat ? **Substituer les ustensiles utilisant des produits fossiles par du végétal** afin de promouvoir la réutilisation ou le compostage, en fonction du besoin. Une offre 100% végétale qui combine des produits réutilisables, des produits à usage unique compostables et la borne de collecte associée. Il propose ainsi une

saluer !

« Kerhea prône le végétal en étant un maillon intermédiaire qui propose une gamme de réutilisable toujours issue du végétal. Nous essayons d'avoir une proposition de valeur qui soit la plus complète et la plus large possible en fonction des besoins. Il y a des restaurants qui ont besoin de réutilisable, d'autres qui vont rechercher l'usage unique mais issu du végétal. A chaque cible client un produit différent. »

Lucien Kerisit, fondateur de Kerhea

La Consigne GreenGo - La consigne en réseau

La Consigne GreenGo, créée en 2018 par Yasmine Dahmane et Lucas Graffran, lance son service depuis peu en restauration commerciale. Grâce à une application mobile, le consommateur peut **accéder facilement à un réseau de restaurants qui proposent le service d'emballages réutilisables** de La Consigne GreenGo. La nouveauté par rapport au marché ? **C'est gratuit pour le client**. Le client a juste à rapporter son emballage sous 14 jours dans l'un des nombreux points de collecte. Vive la consigne facile !

L'actualité de La Consigne GreenGo ? Ils sont lauréats d'un **appel à projet lancé par l'ADEME, CITEO et la ville de Paris** ! Grâce à cela ils s'implantent dans le 10ème arrondissement de Paris dans une cinquantaine de restaurants et une vingtaine de Franprix.

La Consigne GreenGo - La consigne en réseau

« Nous voulons créer le premier réseau de restaurants sans emballage jetable. Pour cela, nous devons maximiser nos points de collecte pour simplifier le retour des emballages : restaurants, bornes automatiques appelées « collecteurs » chez Franprix, mais aussi dans des lieux publics : dans les gares par exemple. »

Yasmine Dahmane, CEO et co-fondatrice de La Consigne GreenGo

OPOPOP - Le 1er colis réutilisable et consigné

Charlotte Darmet et Antonin Grêlé-Rouveyre ont lancé **OPOPOP** en 2020, une solution de **colis réutilisables et consignés fabriquée à partir de surplus français de matières imperméables de l'industrie textile**. Leur innovation ? La consigne digitale, permettant aux consommateurs de ne rien payer si le colis est renvoyé sous 15 jours. Renvoyé comment ? Par La Poste, le colis est déjà affranchi et OPOPOP se charge de vous envoyer des rappels. C'est facile pour le consommateur et c'est la clé de l'impact environnemental : les colis réutilisables doivent être réutilisés ! OPOPOP est partenaire d'une trentaine d'e-commerçants alors n'hésitez pas à vous renseigner.

Antonin Grêlé-Rouveyre et Charlotte Darmet ont lancé
OPOPOP en 2020

pouvoir du consommateur sur le sujet. »

Charlotte Dramet, cofondatrice de OPOPOP

Le chemin vers un monde sans emballage à usage unique nécessitera des changements profonds. Que se soient nos habitudes de consommation, le cadre légal ou les produits mis sur le marché, nous sommes tous acteurs de ces changements. Pourquoi ? Parce que la planète et ses écosystèmes vivants ne sont pas à usage unique. De nombreuses entreprises nous prouvent que le réutilisable est profitable, pour nous et pour l'environnement. Alors engageons nous ! Et vous, l'usage unique, vous trouvez cela encore chic ?

Les défis qui entourent le zéro déchet t'intéressent ? Découvre également notre article sur les emballages réutilisables avec Dabba Consigne ainsi que le drive zéro déchet avec La Bocalerie !

Thomas Chambon

Tu as aimé cet article ? Fais le découvrir !



Suis l'aventure Impact 13

Ton adresse email

INSCRIS TOI À LA NEWSLETTER !

Ton adresse email

INSCRIS TOI À LA NEWSLETTER !

[L'aventure Impact 13](#)

[Medias](#)

[Nous contacter](#)

[Mentions légales](#)

Nous suivre



La pertinence écologique du vrac liquide en question

7 juin 2021

Partagez cet article



Dans le cadre du colloque Ambition Zéro emballage à 360°, organisé par **Entrepreneurs Bio des Pays de la Loire**, une table ronde était proposée le 3 juin autour du thème « Le vrac, utopie ou solution d'avenir ? » Pour l'occasion, le réseau Invitation à la Ferme, l'association Bio Consom'acteurs, Satoriz ainsi que des acteurs de l'emballage (Ligepack) ou Réseau Vrac ont échangé sur la question. Si le vrac permet d'agir sur la réduction des emballages, est-il pour autant toujours vertueux pour l'environnement ? Parmi les intervenants, Jacques Minelli, directeur commercial des magasins bio Satoriz, a fait part de ses interrogations quant à la pertinence écologique du vrac liquide.

À lire aussi -> [Emballages, produire moins et plus vertueux, comment relever le défi ?](#)

Pleinement convaincu de l'intérêt écologique du vrac sec, Jacques Minelli s'avoue en effet dubitatif sur celui du vrac liquide. « Le plastique à l'intérieur d'un bidon de 20l fait 850 g ; si on le divise par 20, ce qui correspond au nombre de bouteilles qu'il est censé éviter, on a un poids de 42,5 g alors qu'une bouteille en plastique à 35,2 g est plus légère. Ce qui signifie que même avant que le consommateur ne se serve, le bénéfice écologique est négatif. » Jacques Minelli souligne aussi la difficulté à évaluer la pertinence du bib (bag in box) : « le sachet plastique inséré dans le carton pèse à peu près le tiers des plastiques qui sont évités mais les bouteilles individuelles sont faites en PET qui est recyclable alors que les bib sont équipés d'un plastique multicouches au recyclage très coûteux, donc les plastiques sont majoritairement enfouis ou incinérés. Ça pose question ».



À lire aussi -> [Des hubs régionaux pour réduire les déchets d'emballage en amont de la filière vrac](#)

Célia Renesson, directrice de Réseau Vrac, a évoqué des initiatives locales où des bidons sont récupérés pour être nettoyés ainsi que le dispositif mis en place par l'équipementier Jean Bouteille de collecte des poches de bib usagées. Célia Renesson a reconnu que des efforts supplémentaires devaient être faits dans le vrac au niveau des emballages. C'est d'ailleurs l'objectif de l'opération **Hub Vrac** qui vise à trouver régionalement des solutions plus vertueuses aux emballages amont des fournisseurs.

Notons, que l'Ademe a mené une étude sur la pertinence de la consommation en vrac sur la limitation des emballages dont les conclusions devraient être dévoilées avant cet été.

Nous reviendrons plus en détail sur ce sujet dans Bio Linéaires N°97 de septembre – octobre 2021.

- *Cette table ronde était organisée par **Entrepreneurs Bio des Pays de la Loire** dans le cadre du colloque **Ambition Zéro emballage à 360°**.*

Partagez cet article



Les lauréats des Trophées Natexpo 2021 sont...

29 juin 2021

Partagez cet article



Les lauréats des Trophées Natexpo ont été dévoilés lors d'une conférence de presse, ce mardi 29 juin. Les visiteurs de Natexpo pourront découvrir les produits distingués lors de la prochaine édition du salon, au sein d'un espace dédié, du dimanche 24 au mardi 26 octobre.

Reflète le dynamisme exceptionnel de la bio, les Trophées **Natexpo** récompensent depuis 2005 les produits les plus innovants, utiles et originaux mis sur le marché pendant l'année. Cette année, ce sont plus de 330 produits, soit 40 % de plus qu'en 2019 – un record ! – qui ont été soumis au jury, dans 8 catégories (Produits frais, Produits d'épicerie sucrés, Produits d'épicerie salés, Boissons, Compléments alimentaires, Cosmétique et hygiène, Produits et services pour la maison et la personne, Équipements pour les magasins). La cérémonie de remise des Prix se tiendra le dimanche 24 octobre à 17h sur le stand de la fédération Natexbio (K32).

Produits frais

Trophée d'Or. *Skyr Apéro Poivron Paprika de PUFFY'S.* Cette spécialité laitière entre le yaourt et le fromage frais a séduit le jury grâce à son goût et sa fabrication française. L'association originale du skyr avec les poivrons et le paprika a conquis les jurés, tout comme sa classification A dans la jauge Nutriscore.

Trophée d'Argent. *Le Yaourt de chèvre à l'hydrolat de verveine citronnée de LA LEMANCE.* Fabriqué en Vendée, ce yaourt inédit associe la délicatesse du lait de chèvre, le goût subtil de l'hydrolat d'huile essentielle et toute la puissance acidulée du coulis de citron.

Produits d'épicerie salés

Trophée d'Or. *Petites truites de montagne à l'huile de tournesol et poivre sauvage de Madagascar de LA TRUITELLE.* Gastronomique et écologique, cette conserve au poivre sauvage propose une expérience gustative inédite entre finesse de chair, équilibre des saveurs et une belle longueur en bouche.

Trophée d'Argent. *Caviar d'ail noir de ISWARI-SAMADHI.* Caviar d'ail noir à l'huile d'olive bio, relevé d'une pointe de sel. Produit gastronomique, idéal en toasts ou pour relever vos recettes favorites. Stimule le système immunitaire et prévient le vieillissement cellulaire. 100 % ail biologique cultivé et transformé dans la Drôme. Certifié vegan et sans gluten.

Produits d'épicerie sucrés

Trophée d'Or. *Crème de coco à fouetter équitable de BASE ORGANIC FOOD.* Réveillez vos papilles, apportez du pep's et du fun à vos plats salés ou sucrés, la crème de coco à fouetter Base Organic Food est une vraie alternative à la chantilly !

Trophée d'Argent. *Farine de noisette déshuilée de Les Gourmands exigeants (Max de Génie).* Délicieuse farine à utiliser comme protéine végétale pour enrichir vos plats et abaisser leur indice glycémique. Idéale pour cuisiner avec peu de glucides et sans gluten.

Boissons

Trophée d'Or. *Unaju Yuzu Concombre de UNAJU.* Jus très peu sucré mais avec beaucoup de goût. Le process technologique d'infusion permet de conserver la fraîcheur des fruits et des plantes tout en ayant une DLUO longue.

Trophée d'Argent. *Maté – Pop caramel de BIOMATE.* Dotée d'un parfum intense et sucré, cette création caramélisée est une gourmandise par excellence. Profitez des vertus du maté tout en vous régaland d'une saveur de bonbon.

Compléments alimentaires



Trophée d'Or. *Pur'Biotic, jus pétillant fermenté 98,2 % Aloé Vera de CIEL D'AZUR LABS.* Pur'biotic, 1er jus pétillant bio combinant Aloé Vera cru et ferments, booste le microbiote intestinal. Des bulles rafraichissantes et bienfaitantes au service de votre santé.

Trophée d'Argent. *Jolie Nuit sur mes deux Oreilles de THERA SANA.* Jolie Nuit c'est comme un rituel du soir pour le sommeil des enfants dès 3 ans. Bio, faible en sucre, il est pratique grâce au p'tit spray et 100 % français.

Cosmétique et hygiène

Trophée d'Or. *LA crème au calendula BIO de DRUYDES.* LA crème au calendula bio, enrichie en probiotiques, aide à hydrater, apaiser et nourrir les peaux les plus fragiles, comme les peaux tatouées ou les peaux atopiques (type eczéma).

Trophée d'Argent. *Poudre de shampoing à la coquille d'huître blanche de ENTRE MER ET TERRE SARL.* Le shampoing PERLUCINE est une formule poudre, minimaliste, à la coquille d'huître blanche, économique, nomade & ludique, le tout dans un contenant rechargeable et 100 % recyclable.

Produits et services pour la maison et la personne

Trophée d'Or. *Famille (presque) Zéro Déchet, Ze Jeu de BIOVIVA EDITIONS.* Un jeu familial pour découvrir, en s'amusant, les astuces et bonnes pratiques du (presque) Zéro Déchet. 250 idées pour passer du jeu à la réalité et dire bye-bye aux déchets !

Trophée d'Argent. *Porte-savon aimanté de SAS ALTHODE – J'AIME MES DENTS.* Insérer la petite capsule dans votre savon ou shampoing solide, fixez la ventouse aimantée sur une surface lisse et économisez votre savon en le gardant toujours bien au sec. Fabriqué en France.

Équipements pour les magasins

Trophée d'Or. *Offre Zéro : Programme objectif Upcycling Bag in Box de JEAN BOUTEILLE.* Jean Bouteille supprime le dernier déchet du commerçant vrac en récupérant les poches BIB pour leur donner une seconde vie. Ils ont démarré la phase de collecte pour boucler la boucle !

Trophée d'Argent. *Capsule CAPSIT 100 % compostable à usage domestique de CAPSIT.* CAPSIT est la première machine compacte et connectée, permettant aux professionnels du café d'encapsuler leur café de façon automatisé, directement en boutique.

Plus d'informations dans Bio Linéaires N°97 de Septembre – Octobre 2021.

Partagez cet article





Circuits Bio / Vie des fournisseurs / Les trophées Natexpo 2021 dévoilés !

Les trophées Natexpo 2021 dévoilés !

BIO

Recherche



Les équipes de Natexpo ont dévoilé ce matin les lauréats des Trophées Natexpo 2021. Pour cette onzième édition, 16 innovations ont été récompensées dans huit catégories par un jury d'experts. Focus sur chacun d'entre eux.



vous acceptez l'utilisation de cookies afin de nous permettre d'améliorer votre expérience utilisateur.

✓ **Accepter** **Personnaliser**

Catégorie services et équipement pour les magasins et les marques

Trophée d'or – Programme upcycling Bag in Box

Jean Bouteille

Depuis septembre 2020, l'équipementier vrac propose un service de récupération de donner une seconde vie. Les poches usagées peuvent être déposées en relais UPS (24 € par carton*). Le prix de l'abonnement couvre la gestion des colis ainsi qu'une p pour développer la filière de recyclage. * Jusqu'à 20 kg

Les lauréats seront exposés lors du salon Natexpo du 24 au 26 octobre 2021 à Paris, au sein d'un espace dédié à l'entrée du salon. La cérémonie de remise des prix se tiendra le dimanche 24 octobre à 17h00 sur le stand de la Fédération Natexbio (K32).

Ce mois-ci dans Circuits Bio



J'achète le numéro

Je m'abonne

Vie des enseignes

Nouveaux Produits

Contactez-nous

Suivez nous sur :

Vie des fournisseurs

Reportage en images

Service commercial

Chiffres et marchés

Normes techniques

Inscription newsletter

Mentions légales

13, square du Chêne germain

35510 CESSON-SEVIGNE

Tel : 02.99.32.21.21

vous acceptez l'utilisation de cookies afin de nous permettre d'améliorer votre expérience utilisateur.

✓ **Accepter** **Personnaliser**

Interview direct producteur : Jean Bouteille

Jean Bouteille, le **vrac liquide allié à une bouteille réutilisable consignée**. Grand acteur de la consigne et du vrac chez nous, venez découvrir les dessous de notre partenaire pour les produits du quotidien difficiles à trouver **sans emballages jetables**. Leurs prochains produits pourraient bien se trouver aux rayons L'intendance...



Le projet d'épicerie vrac de Gérard Bellet, fondateur en vrac liquide avec des bouteilles consignées pour déchets chez soi au quotidien et dans toutes les pièc

L'intendance ✕

On est juste ici si vous avez une question !





L'INTENDANCE

PRODUITS
CONSIGNE

KITS
PRODUCTEURS

LIVRAISON
BLOG

MON
COMPTE

PANIER 0



Qu'est-ce qui a mené à la création du projet Jean Bouteille ?

Manon : La marque Jean Bouteille est née **il y a 7 ans maintenant !** À une période où personne n'aurait cru que les citoyen.nes répondraient à cette prise de conscience et suivi ce mouvement zéro déchet encore naissant...

Tout a commencé par la conviction simple et pleine de sens de Gérard Bellet, fondateur de Jean Bouteille : **pourquoi jeter ces milliers de bouteilles** alors qu'elles n'ont été utilisées qu'une seule fois ? On ne jette pourtant pas sa vaisselle après l'avoir utilisée ?

Le réemploi d'une bouteille permet en effet d'économiser **jusqu'à 33% d'eau et 75% d'énergie comparé à une bouteille à usage unique**. Face au sombre constat du trop-plein de déchets représentés par les contenants liquides, Jean Bouteille se devait de trouver une solution pour sauver ces bouteilles innocentes de la poubelle !

Notre croisade **vers un monde sans déchets démarre en 2014**, afin de conquérir les rayons de préemballés pour prendre leur place. Aujourd'hui, en s'attaquant à chaque petit geste du quotidien, Jean Bouteille s'installe dans toutes les pièces de la maison et ce sont désormais plus de 1000 points de vente partenaires et des milliers de consommateur.rices qui nous font confiance !

Lintendance

On est juste ici si vous avez une question !



1



Comment définissez-vous votre cœur de métier, votre mission ?

Manon : Jean Bouteille est une marque sociétale, nous accompagnons la transformation Zéro déchet de la distribution à la consommation. Comment ? En associant **la vente en vrac de liquides à la bouteille réutilisable**.

Jean Bouteille élimine les emballages à usage unique présents dans toutes les pièces de votre maison. La marque vous aide à n'acheter que l'essentiel, grâce à des **fontaines de vrac** pour faciliter le service de ses liquides, associées à des contenants réutilisables.

C'est très simple, vous adoptez une **Jean Bouteille**, vous la remplissez et une fois vide, vous venez la recharger à la fontaine autant de fois que souhaité. Avec ce petit geste, vous évitez **500g de déchets par litre, comparé à une bouteille à usage unique**. La bonne nouvelle ? Consommer autrement est possible pour tous les produits du quotidien : sauces, confitures, huiles, produits ménagers, vins, bière, produits d'hygiène corporelle, de quoi amener le #zérodechetpartout chez soi !

Nous sélectionnons des produits bons et sains pour vous et votre planète, ils sont **certifiés Bio, Cosmos organic ou Nature & Progrès** ! Jean Bouteille, présent dans plus de 1000 points de vente, vous aide pas à pas à réinventer vos habitudes car le zéro déchet est une aventure à vivre à son rythme, geste par geste, un déchet en moins à la fois.

Lintendance

On est juste ici si vous avez une question !





Où et comment sont fabriqués vos produits ?

Les produits Jean Bouteille

Manon : Nous développons le maximum de produits en vrac, pour faire du **vrac la nouvelle norme de consommation** et que chaque citoyen.ne puisse bénéficier systématiquement d'une alternative aux pré-emballés près de chez soi. Pour cela, nous sélectionnons et embarquons des producteurs de **bons produits bio, engagés dans la filière**, prêts à faire bouger les lignes à nos côtés, en les accompagnant vers une logistique vrac.

Les producteurs Jean Bouteille

- Tous nos produits sont certifiés **Bio, Ecocert, Nature & Progrès ou Cosmos Organic** selon les univers de produits.
- Nous travaillons à la fois sur le **goût et le prix** pour une alternative au jetable de qualité et accessible.
- Nous choisissons une origine cohérente avec le produit et nous favorisons le **sourcing au plus proche de chez nous dans les Hauts de France** dès que cela est possible.
- Nous embarquons des producteur.rices **transparent/es sur leurs ingrédients et leur méthode de fabrication**. Nos producteur.rices partent s'engager sur le vrac : **adaptations de leurs produits** DDM à ce mode de distribution.

Les bouteilles alimentaires et fontaines

Manon : Nos bouteilles alimentaires en verre proviennent de France **dont une majorité de Tourcoing**, près de notre atelier de production à Lille, nous essayons de faire travailler les acteurs locaux dès que possible, comme l'ESAT de Lille pour monter bouchons mécaniques de nos bouteilles.

Lintendance

On est juste ici si vous avez une question !





Quels sont vos produits préférés chez vous ?

Manon : Aujourd'hui nous comptons plus de 60 produits au catalogue, qui permettent de faire rentrer le zéro déchet dans toutes les pièces de la maison : de la cuisine à la salle de bain en passant par la buanderie ou la cave...

S'il faut vraiment faire un choix, nous partons sur l'apéritif et nous vous conseillons de goûter nos nouveaux vins bio, sans pesticides et adaptés au vrac que nous venons de lancer en partenariat avec **Oé**, acteur engagé du vin et de la consigne [et aussi partenaire producteur chez nous, L'intendance]! De quoi trinquer zéro déchet à l'heure de l'apéritif !

Des trucs et astuces pour savourer vos produits de façon originale ?

Manon : Notre équipe partage régulièrement sur nos recettes zéro déchet pour savourer et apprendre à cuisiner.

Récemment nous avons proposé une **recette de pâtisseries de colza bio**, une délicieuse salade avec notre huile de colza bio, des financiers avec nos **nouvelles confitures bio en vrac**. Et que vous inspirent au quotidien !

Et si vous aimez aussi créer vos propres cosmétiques, nous vous préparons une recette DIY avec notre toute nouvelle huile de caméline. D'ailleurs, nous adorons recevoir

L'intendance

On est juste ici si vous avez une question !



1



Quels engagements responsables avez-vous pris pour optimiser votre impact ?

Manon : Pour commencer, nous étendons chaque année notre gamme pour **démocratiser sans cesse davantage le vrac et le réemploi** pour le maximum de produits du quotidien. Les défis sont nombreux cette année avec par exemple, prochainement le lancement de notre **pâte à tartiner bio en vrac** ! Les autres défis pour cette année 2021 : Le miel, l'huile de coco, les poudres et les produits frais (kombucha et produits laitiers).

Il nous tient également à cœur d'accompagner chaque citoyen.ne dans sa progression vers le zéro déchet. Nous voulons que **l'achat en vrac soit simple, pratique et ludique** en améliorant toujours plus nos solutions de distribution et les informations présentes sur nos lieux de vente.

Nous nous mobilisons pour faciliter encore plus les usages vrac pour nos consommateurs, avec pour projet de développer **de nouveaux accessoires zéro déchet**. Concernant nos contenants, nous travaillons également sur une gamme de **contenants en verre pour la salle de bains**.

Afin de progresser vers le zéro déchet, nous avançons notre écosystème afin de réduire toujours plus notre **en amont et en aval de la filière**.

D'un côté, nous travaillons main dans la main avec nos acteurs de la logistique pour **bannir au maximum le transport** de nos produits et utiliser des alternatives qui aillent tout au long de la chaîne de valeur.

D'autre part, nous accompagnons **nos points de vente partenaires** pour supprimer leur **dernier déchet de commerçant**. Nous souhaitons généraliser de plus en plus

L'intendance

On est juste ici si vous avez une question !



1



L'INTENDANCE

PRODUITS
CONSIGNE

KITS
PRODUCTEURS

LIVRAISON
BLOG

MON
COMPTE

PANIER 0



Comment voyez-vous l'alimentation de demain ?

Manon : Avec l'ensemble de l'écosystème, nous avons su peu à peu réinventer le **rapport en l'emballage** et prouver qu'il était possible de faire ses courses sans générer de déchet, dans la logique vertueuse de l'**économie circulaire**. Aujourd'hui, les consommateur.rices peuvent progressivement s'affranchir des emballages à usage unique et **se réapproprier leur manière de consommer**.

Notre rêve pour demain est de réussir à rendre disponible partout **une alternative au préemballé à usage unique** pour le maximum de produits du quotidien, afin de changer les standards de la distribution et permettre à chacun d'agir.

Les consommateur.rices sont en effet **les propres acteur.rices de leur changement** et c'est grâce à eux que nous avons pu grandir et que nous allons encore progresser vers la transition écologique. Nous aimerions aider de plus en plus de consommateur.rices à se lancer dans l'aventure zéro déchet pas à pas, **un déchet en moins à la fois**, ce qui à grande échelle fera la différence !

Lintendance

On est juste ici si vous avez une question !



1



Qu'est-ce qui vous rend heureux.se dans votre mission ?

Chez Jean Bouteille, nous avons la chance de nous lever chaque matin pour œuvrer pour un projet qui a du sens et qui contribue directement à préserver notre planète ! Toute l'équipe s'investit avec **beaucoup d'engagement et de passion** dans notre mission d'incitateur zéro déchet. C'est aussi l'ambiance, la cohésion et l'**incorrigible optimisme** de notre équipe qui rendent cette aventure encore plus épanouissante/folle !

Quels sont les 3 mots qui définissent Jean Bouteille ?

- 1: **"Aventure Zéro déchet"** car c'est une mission qui se mène progressivement, geste par geste, grâce à l'engagement de tous.tes
- 2: **"Consommacteu.rice"** car c'est les consommateur.ices-mêmes qui nous aident à grandir chaque jour et à faire bouger les lignes de la consommation
- 3: **"Innovation"** car cette révolution dans notre manière de consommer nous demande de nous challenger en permanence, de nous adapter et de réinventer toujours plus l'ensemble de la filière vrac de la production à la consommation.

Les produits dont on parle dans

L'intendance

On est juste ici si vous avez une question !



1

L'INTENDANCE

PRODUITS
CONSIGNE

KITS
PRODUCTEURS

LIVRAISON
BLOG

MON
COMPTE

PANIER 0



1€ récupérable

Lessive au lavandin

5.00€ les 500ml
| 10.00€/L



1€ récupérable

Lessive neutre sans
parfum

4.90€ les 500ml
| 9.80€/L



1€ récupérable

Assouplissant
liquide

4.00€ les 5000ml
| 8.00€/L



1€ récupérable

Shampooing douceur
- Aloe Vera

4.50€ les 250ml
| 14.00€/L



1€ récupérable

Shampooing Douche
Tonifiant - Verveine

4.50€ l'unité 250ml



1€ récupérable

Gel douche fleur
d'oranger

4.30€ les 250ml
| 17.20€/L



1€ récupérable

Savon douche
Apaisant - Garrigue

4.80€ les 250ml
| 19.20€/L



1€ récupérable

Huile de colza vierge
bio

3.20€ les 250ml
| 12.80€/L



1€ récupérable

Huile de sésame
vierge bio

4.50€ les 250ml
| 14.00€/L



1€ récupérable

vinaigre balsamique
de Modène

5.60€ les 250ml



1€ récupérable

Gin bio

15.60€ les 500ml



Lintendance

On est juste ici si vous avez une
question !



**T TEMPS
EPRENDRE
OUTE**

+ 15 000 VÉHICULES DISPONIBLES
RÉSEAU DE 250 CONCESSIONS
ACHAT EN LIGNE · LIVRAISON À DOMICILE

autosph
LIBÈRE L'AUTOM

Accueil / Pays de la Loire / La Barre-de-Monts

La Barre-de-Monts. De nouveaux services au Moulin 4 Saisons



Aden Adlao Ali (à gauche) et Karine Adlao Ali ont embauché Laurent. | OUEST-FRANCE

Ouest-France

Publié le 12/06/2021 à 05h07

Abonnez-vous

Newsletter Challans

« Avec le confinement, bon nombre de personnes ont pris goût au jardinage et nous ont découverts », déclarent Karine et Aden Adlao Ali, gérants du moulin 4 saisons. « De même, toutes les deux ou quatre semaines, nous proposons des poules en vente, ne pensant pas que cela attirerait autant de monde. »

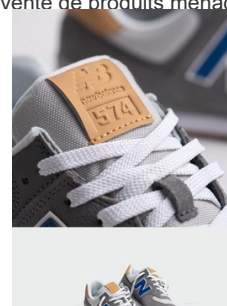
Ce retour à des choses plus simples fait que le couple vient de lancer la vente de produits ménagers et de produits de jardinage.

« Nous sommes les seuls à proposer ce type de produits : vaisselle, lessive, en demi-litre, litre ou par deux litres. Le moulin 4 saisons est devenu plus qu'une jardinerie. »

« Autre nouveauté : la réception de colis de produits de jardinage à La Barre-de-Monts ou Beauvoir-sur-Mer. »

Ouvert du mardi au samedi de 9 h à 12 h 30 et de 14 h à 18 h. Pour plus d'informations, contactez nous à aumoulin4saisons@gmail.com.

Partager cet article   Aden Adlao Ali (à gauche) et Karine Adlao Ali ont embauché Laurent. | OUEST-FRANCE



Commerce



Mercredi 21 juillet 2021

Jean Bouteille accélère son expansion

Grâce à ses innovations visant à démocratiser le vrac liquide, la PME lilloise Jean Bouteille déploie ses fontaines dans les enseignes et auprès des industriels. En partenariat avec la société Ulter'ia, elle a créé Webulk, une marketplace BtoB spécialiste du vrac bio et du zéro déchet destinée aux producteurs et aux enseignes.

Trophée d'or du dernier salon Natexpo, Jean Bouteille voit récompensé son projet de création d'une filière de collecte et de réutilisation des bags in box qu'on trouve dans ses fontaines de vrac liquide de produits alimentaires et non alimentaires (respectivement 60 et 40 % de son activité). Cette filière circulaire n'existe pas encore, les Bib étant difficilement recyclables, car composés de plusieurs matériaux, très légers et avec un ratio matière sèche/volume très faible. « *Mais Cycl-Add nous aide à la créer et la développer ce qui permettra de limiter la consommation de plastique. Nous avons déjà convaincu une centaine de magasins partenaires dans lesquels nous passerons deux fois par an récupérer les Bib vides mais il nous en faut bien davantage pour massifier les collectes et rentabiliser la filière* », explique Gérard Bellet, p.-d.g. fondateur de Jean Bouteille, spécialiste du vrac liquide. Sept ans après sa création, la PME lilloise (36 salariés) continue d'innover pour en démocratiser l'usage. Même si la Covid-19 a freiné ses ambitions, la société a vu son chiffre d'affaires progresser en 2020 de 40 % à 4,5 millions d'euros, certes au-dessous des 5 millions initialement prévus, un cap qui sera dépassé cette année. L'an dernier, elle a aussi bouclé sa troisième levée de fonds (1,5 million d'euros) auprès de Raise Impact et NovEss (Gérard Bellet conservant 52 %

TÉLÉCHARGEMENTS

- [▶ Votre Journal](#)
- [▶ Rapports / études](#)

[Découvrir le journal](#)

ÉDITOS

- [Cocorico](#)
- [Agir](#)
- [Transparence](#)
- [Une bouffée d'oxygène ?](#)
- [En avant l'innovation](#)

[TOUS LES ÉDITOS](#)

[Commander le Panorama des restructurations](#)

surtout présent dans les épiceries spécialistes du vrac et les réseaux bio et dans quelques magasins de la grande distribution, en France et à l'étranger. Et la société poursuit la conversion des industriels au vrac liquide via son entité « Bulk for brands » qui devrait représenter 1 million des 7 millions d'euros de chiffre d'affaires visé fin 2021. « *Après Biocoop et Ecover l'an dernier, nous venons de signer l'Occitane en Provence et Mustela et nous commençons à nous déployer chez Delhaize en Belgique, Albert Heijn aux Pays-Bas et bientôt Waitrose en Grande-Bretagne* », se réjouit-il.

Enfin, en septembre, Jean Bouteille a créé avec Ulterïa, une PME spécialiste du vrac sec, la marketplace Webulk qui s'adresse en BtoB à la fois aux fournisseurs et aux enseignes sensibles au vrac et au zéro déchet. « *Elle propose 2000 références de produits alimentaires et non alimentaires labellisés bio, issues de 90 marques et qu'on trouve déjà dans 300 épiceries. Le but est évidemment de la faire grandir rapidement pour continuer à démocratiser le vrac, le bio et le zéro déchet* », conclut-il.

François Lecocq

[Retour](#)[Partager](#)[Tweeter](#)



— MA VIE SANS PLASTIQUE

Le plastique débarrasse la table

Emballages, contenants, ustensiles, placards, tiroirs... La grande déplastification estivale continue en cuisine. La traque sera sans merci.

27 juillet 2021 Épisode n° 2

Texte **Dorothee Moisan**

Photo **Olivier Toussaint/Hans Lucas**

PDF généré le 27 juillet 2021 pour dorothee.moisan@gmail.com



ous êtes-vous déjà demandés si les produits chimiques présents dans l'emballage plastique de votre viande ou de votre yaourt pouvaient s'infiltrer dans les aliments que vous êtes sur le point de manger ? La réponse est oui. Certains sont inoffensifs, d'autres extrêmement nocifs. Mais tous peuvent migrer du contenant vers le contenu. Un phénomène accru par la chaleur, la durée et la surface de contact ainsi que par la présence de produits gras ou acides. Il existe bien des lois européennes visant à réglementer les matériaux de contact alimentaire mais, pour vous la faire courte, elles ont des années de retard sur la science et sont insuffisantes pour protéger notre santé (lire l'épisode 4 de la saison 1, « Plastique, ne sais-tu pas que tu es toxique ? »).

Une étude publiée récemment a estimé à 10 000 le nombre de substances chimiques associées aux plastiques. Quatre mille d'entre elles, avaient déjà

pointé des chercheurs en 2019, sont susceptibles d'être présentes dans les emballages. Certaines sont très mal connues. Mais ce qui est sûr, c'est que 150 au moins constituent « *une menace* » pour l'homme ou l'environnement. Parmi elles, on retrouve des phtalates, des bisphénols, du cadmium ou encore des retardateurs de flamme, tous moins fréquentables les uns que les autres en raison de leurs effets sur la santé, même à des doses infinitésimales. Vous l'avez compris, mieux vaut éviter le plastique en cuisine si on veut rester en bonne santé. La deuxième motivation est de réduire la quantité phénoménale de nos déchets. Jetez un œil dans votre poubelle de tri et faites un petit inventaire : la quasi-totalité des emballages alimentaires qui s'y trouvent sont en plastique. Or, à l'exception du PET, la plupart des plastiques de contact alimentaire ne sont pas recyclés, mais enfouis ou incinérés. Au mieux, ils sont « sous-cyclés » en isolants ou en pots de fleurs.



Dans un supermarché belge, de la viande vendue dans des barquettes plastique, le 2 octobre 2010 — Photo Leyla Vidal/Belpress/MaxPPP.

Bon, alors convaincus de la nécessité de déplastifier votre alimentation ? C'est parti ! Premier point : la migration augmentant avec la température, il est essentiel de ne pas réchauffer les aliments dans des contenants en plastique, ni au micro-ondes ni au bain-marie. Et ce même si le fabricant le recommande ! On ne réchauffe pas plus un plat recouvert d'un film en plastique transparent, on préfère un couvercle en verre. Pour la conservation, on remplace les films par des *bee-wraps*, ces tissus enduits de cire d'abeille que l'on peut acheter ou faire soi-même. On sait également que « *les niveaux de migration augmentent avec le temps* ». Les scientifiques du Food Packaging Forum (FPF), un organisme indépendant basé en Suisse, recommandent donc de raccourcir « *la durée de conservation des aliments* » dans les emballages à risque. Concrètement, cela signifie qu'il faut changer votre façon de faire les courses : boycotter les emballages plastique – et même les emballages tout court –, acheter le plus possible en vrac et transvaser ensuite vos aliments dans de jolis bocaux inertes, en verre, en inox ou en céramique. Pour les yaourts, par exemple, préférez les pots en verre, ou mieux, achetez une yaourtière neuve ou d'occasion et faites-les vous-

mêmes, ça ne prend que quelques minutes.

Ne fantasmez pas trop sur les emballages en papier ou en carton, c'est une FBI, une « fausse bonne idée », assez répandue

Sinon... ne fantasmez pas trop sur les emballages en papier ou en carton car ce n'est pas non plus la panacée. Je vous avoue, moi aussi, j'y ai cru. Mais c'est une autre FBI, une « fausse bonne idée », assez répandue. Voici quelques exemples pour vous en détourner. Prenons d'abord la « paper bottle » lancée par Coca-Cola et quelques marques d'eau minérale se proclamant plus vertes que vertes : sous le séduisant manteau de papier se cache une fine couche de plastique en contact avec le liquide. Il s'agit en réalité d'un emballage multimatériaux, beaucoup plus difficile à recycler. Idem avec les briques alimentaires type Tetra Pak : les 70 % de carton sont recyclés en papier toilette ou en essuie-tout, mais le mélange restant de polyéthylène (20 %) et d'aluminium (5 %) ne peut être séparé... et est donc « sous-cyclé », en palettes notamment. Autre raison de boycotter les emballages papier et carton : ceux utilisés par les grandes enseignes de fast-food contiennent pour la plupart des composés perfluorés, résistants à l'eau, à la chaleur et à la graisse. Avouez qu'il y en a un peu, de la graisse, dans les frites et les burgers... C'est donc bien pratique de les assaisonner aux perfluorés. Sauf que c'est éminemment toxique. Un autre danger sur lequel alertent depuis quelques années les agences sanitaires européennes concerne la migration de certaines huiles minérales – les MOH (hydrocarbures d'huile minérale), des substances toxiques issues

du pétrole – vers des aliments secs (type riz ou lentilles) conditionnés dans des emballages en papier ou carton, recyclé notamment. Le problème vient notamment des encres minérales utilisées par les journaux et les magazines. Par la magie du recyclage, elles se retrouvent dans des matériaux d'emballage.

Alors, on ne va pas se mentir : le vrac n'est pas – non plus – le Saint-Graal de la santé et du zéro déchet. Les grains de riz n'arrivent pas tout seuls dans le grand bac (généralement en plastique) où vous vous fournissez. Ils ont généralement été transportés au préalable... dans des sacs en plastique de 5, 10 ou 25 kilos. Mais c'est déjà ça. Cela réduit la quantité de déchets. Par ailleurs, moins la surface de contact entre les aliments et les emballages est importante, plus la contamination est réduite. Moralité : « *Évitez les petites portions* », conseille Jane Muncke, la fondatrice du Food Packaging Forum, comme celles de ketchup ou de mayonnaise, puisque les substances chimiques fuient plus fortement dans les aliments gras ou acides.



Une femme range une partie de ses courses dans des bocaux en verre, à Issy-les-Moulineaux, dans les Hauts-de-Seine, le 12 mai 2016 — Photo Marlene Awaad/IP3.

Pas de souci pour conserver les contenants en plastique qui traînent dans vos placards, mais ne les utilisez ni pour

stocker ni pour chauffer des aliments ou des boissons. Pas de passage au lave-vaisselle non plus, où la température peut atteindre 70°C. Y a-t-il un plastique moins dangereux que les autres ? Disons que les plus problématiques sont le PVC (chiffre n°3 dans le triangle fléché apposé sur l'emballage), le polystyrène (PS, n°6), les plastiques regroupés sous le chiffre fourre-tout n°7, mais aussi le PET (n°1), qui peut relarguer de l'antimoine, un perturbateur endocrinien. Cela étant dit, AUCUN plastique n'est inerte et l'Anses (Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail) a démontré en 2015 qu'une foultitude de substances chimiques s'échappaient des barquettes de moussaka en polypropylène (PP, n°5) lorsqu'elles étaient réchauffées (vapeur, four ou micro-ondes). Si le moindre ingrédient entrant dans la composition d'un produit alimentaire doit être mentionné par le fabricant, aucune obligation n'existe pour l'emballage. On n'est donc jamais à l'abri d'additifs nocifs ou de substances apparues accidentellement durant la fabrication. Dans le doute, abstenez-vous.

« Aujourd'hui, le vrac et le zéro déchet sont plus un problème d'offre que de demande. »

Gérard Bellet, fondateur des contenants réutilisables Jean Bouteille

Pour que les courses sans plastique se passent au mieux, il y a une petite condition : il faut se montrer un peu prévoyant et penser à amener ses contenants : sacs à vrac en tissu, boîtes à œufs, boîtes en verre ou en inox... Il faut privilégier les marchés, le boucher, le fromager ou le poissonnier pour acheter ses produits emballés dans ses propres

contenants. Pour éviter, par exemple, d'ingurgiter les microparticules de plastique dont il a été démontré qu'elles pimentaient les viandes en barquette. Alors, il y aura toujours un boucher qui vous dira qu'il ne peut tarer vos contenants sur sa balance pour des raisons d'hygiène ou de réglementation. Ce seront des mensonges. Et ce sera pire s'il vous dit qu'il ne sait pas tarer : cela voudra dire que depuis des années il vous fait payer l'emballage au prix du filet de bœuf. Il faut aussi apprendre à dire non aux sacs plastique que l'on continue à vous proposer partout en dépit des interdictions (il suffit que le sac soit plus fin, ou plus épais, pour échapper à la réglementation). Ayez toujours un sac réutilisable avec vous... Lavez-le régulièrement. Et si vous vous retrouvez avec un sac jetable, ce n'est pas un drame. « *Oubliez la culpabilité* », comme l'écrit Beth Terry, une Américaine qui, après être tombée nez à nez avec la photo d'un albatros gavé de plastique, a commencé sa désintox. Simplement, « *engagez-vous à ne pas oublier vos sacs la prochaine fois* ». Ce sera déjà pas mal.

Il faut aussi privilégier les produits frais et locaux, et les marchés où l'on peut plus facilement utiliser ses propres contenants. Vous pouvez également opter pour les contenants réutilisables ou consignables, comme ceux de Jean Bouteille. Après sept ans d'existence, la société lilloise est présente dans plus d'un millier de magasins et permet aux clients de remplir leur bouteille du produit de leur choix, de l'huile à la bière en passant par le ketchup. « *Aujourd'hui, le vrac et le zéro déchet sont plus un problème d'offre que de demande* », observe son fondateur, Gérard Bellet. Le consommateur, lui, « *change très vite. Le zéro déchet, c'est un chemin. Nous, on ne lui dit pas "Va au bout du chemin" mais "Prends le chemin. Le petit*

effort que tu fais va devenir une habitude et bientôt, tu ne verras plus l'effort ». À la fin de l'aventure, « *la satisfaction écologique qu'il ressent est bien plus importante que celle offerte par le recyclage* ».



Un requin-baleine sur le point d'avaler un sac plastique, le 4 juillet 2018 — Photo Paulo Di Oliveira/Sipa.

Éviter les contenants en plastique, c'est bien, mais ce n'est pas tout : il faut aussi songer à déplastifier ses ustensiles de cuisine. Un grand ménage s'impose : finies les poêles antiadhésives en téflon bourrées de perfluorés qui migrent dans les aliments en cas de rayure ou de surchauffe. Beaucoup sont garanties « sans PFOA » (acide perfluorooctanoïque). Le problème, c'est qu'une poêle n'est pas antiadhésive par l'opération du Saint-Esprit. S'il n'y a pas de PFOA dedans, il y a très probablement un autre des 4 700 composés perfluorés connus... mais pas encore interdits. Remplacez-les par des poêles en inox ou en fonte que vous apprendrez à culotter comme le faisaient nos grands-mères. Finis également les ustensiles en plastique noir, type spatule ou écumoire. Ils sont issus pour la plupart du recyclage des déchets électroniques et par conséquent imprégnés de retardateurs de

flamme. Résultat : leurs concentrations en brome et en plomb sont préoccupantes. On opte pour le bois ou l'inox. Fini aussi le silicone présent dans les moules souples ou le papier sulfurisé. On réapprend à beurrer, à huiler et à chemiser ses plats.

Le secret ultime pour éradiquer le plastique dans sa cuisine, et son corps, c'est de se remettre aux fourneaux

Car le secret ultime pour éradiquer le plastique dans sa cuisine, et son corps, c'est tout simplement de se remettre aux fourneaux. Le biologiste Jean-Baptiste Fini, spécialiste des perturbateurs endocriniens au Muséum national d'histoire naturelle, recommande

« d'utiliser des produits bruts et de cuisiner autant que faire se peut ». En 2018, des chercheurs américains ont d'ailleurs démontré que manger à l'extérieur (restaurant, fast-food...) augmentait notre exposition aux phtalates. La faute aux emballages à emporter, aux produits stockés dans du plastique et souvent réchauffés sous vide. Ce qui est motivant, c'est de savoir que lesdits phtalates ainsi que les bisphénols sont excrétés en quelques heures par notre organisme. En mangeant mieux, avec des aliments moins transformés et moins contaminés, on parvient très vite à réduire leur présence dans nos urines. Ah mais j'entends déjà les récriminations : « Vous ne vous rendez pas compte, on bosse toute la journée, on a deux gamins, comment voulez-vous qu'on fasse ? » Vous tombez bien, je me suis fait quelques copines qui ont de super réponses. Mais il va falloir attendre le prochain épisode... 5

Food de plastique

Environ 60 % des emballages plastique sont utilisés pour les aliments et les boissons.

Alphabet toxique

Le bisphénol A est interdit en France dans tous les contenants alimentaires depuis 2015... mais pas ses cousins. Or toutes les études portent à croire que les bisphénols B, F ou S ne sont pas plus recommandables.

Verre, pas vert

Les contenants en verre sont parfaits pour la santé. Mais leur empreinte carbone est élevée : il faut plus d'énergie pour les fabriquer et les transporter, de l'énergie encore pour les recycler. L'idéal est de les réutiliser plusieurs fois.

Le Danemark au top

C'est le premier pays à avoir, en 2020, interdit les perfluorés dans les emballages alimentaires. Le 15 juillet, il s'est allié avec l'Allemagne, les Pays-Bas, la Norvège et la Suède pour proposer à Bruxelles d'interdire ces substances dans toute l'Europe.

Thé largué !

Un mug sur le bureau pour boire son thé chaud, c'est super. Mais pas en plastique, le mug. Surtout pas. Encore moins avec des sachets de thé en nylon ou en PET qui, chauffés à 95°C, libèrent des milliards de microparticules dans une seule tasse. En vrac, le thé, c'est bien mieux.

Sac toujours

Le sac plastique a de beaux jours devant lui : le monde en consomme dix millions par minute, et on prévoit une hausse de la production de 11 % d'ici à 2027.

There is no alternative ?

On n'a pas encore trouvé de solution pour remplacer les bouteilles de lait, toutes en plastique. Défi ceinture noire pour les jouristes à la campagne : trouver un éleveur qui remplisse vos bouteilles en verre. Compliqué aussi pour les surgelés, sauf à faire ses glaces soi-même et à se contenter de congeler ses propres produits.

Sombre PFOA

Il a été rendu célèbre par le film « Dark Waters », sorti en 2019 en France, où l'on découvre comment le géant de la chimie DuPont a empoisonné durant quarante ans plus de 70 000 Américains en déversant des résidus de fabrication du téflon, le revêtement en PFOA des poêles à frire.

Miam

Selon un rapport du WWF de 2019, on ingère cinq grammes de plastique par semaine.

En savoir plus :

https://wwfint.awsassets.panda.org/downloads/plastic_ingestion_web_spreads_1.pdf

PDF généré le 27 juillet 2021 pour dorothee.moisan@gmail.com

Texte Dorothée Moisan

Photo Olivier Toussaint/Hans Lucas

Édité par François Meurisse

Vous pouvez consulter une version enrichie de cet article à l'adresse :

<https://lesjours.fr/obsessions/vie-sans-plastique/ep2-assiette/>

Éditeur

Les Jours est édité par la société *Les Jours SAS*.

- *Capital social : 130 170 €*
- *Immatriculée sous le numéro 812 749 323 au RCS de Paris.*
- *Numéro de TVA intracommunautaire : FR 12 812749323*
- *Numéro de CPPAP : 0118 Y 92937*
- *Adresse : Les Jours - BP 103 - 75921 Paris 19 PDC*
- *Téléphone : 09 83 98 59 95*
- *E-mail : contact@lesjours.fr*
- *Directrice de la publication : Isabelle Roberts*

Fwd: Plastique vs. verre : un duel pas si évident ⚡

Berenice Franc <berenice@jeanbouteille.fr>
À : Anne Cozette <anne@jeanbouteille.fr>

2 août 2021 à 09:53

Coucou !!

Tu dois sûrement être au courant, mais Blutopia fait une ptite mention à JB dans sa newsletter de la semaine ;) ehhe

----- Forwarded message -----

De : **Maury de Blutopia** <maury@blutopia.org>

Date: dim. 1 août 2021 à 10:01

Subject: Plastique vs. verre : un duel pas si évident ⚡

To: <berenice@jeanbouteille.fr>

Voir dans votre navigateur



🕒 Temps de lecture : 4 minutes 30

Plastique vs. verre : un duel pas si évident ⚡

En 2018, juste avant de créer Blutopia, j'ai réalisé que j'avais un rôle à jouer pour limiter la pollution plastique dans l'océan. Mon déclic ? Le documentaire [A Plastic Ocean](#). En achetant des produits emballés dans des plastiques à usage unique, je participais à la destruction de mon terrain de jeu.

En suivant les préceptes de la démarche zéro déchet, j'ai alors remplacé la plupart des plastiques par... du verre. En apparence, ce matériau a plein d'avantages : pas d'extraction pétrolière, aucun produit toxique, une recyclabilité à l'infini. Pourtant, le résultat du duel contre le plastique n'est pas si évident.



Le problème

Le plastique, le verre ou l'usage unique ?

Je ne vais pas vous rappeler tous les inconvénients du plastique ici, vous les connaissez probablement déjà. En revanche, on parle beaucoup moins de ceux du verre.

L'extraction de sable

Pour produire 1 tonne de verre, il faut généralement 700 kg de sable, 300 kg de carbonate de sodium et 200 kg de calcaire. Et c'est là qu'apparaît le premier inconvénient du verre. Selon l'[ADEME](#), entre 27 et 40 milliards de tonnes de sable sont extraites chaque année, faisant du sable la deuxième ressource naturelle la plus exploitée après l'eau.

Bon, évidemment, le sable ne sert pas qu'à produire du verre. On l'utilise dans la construction d'immeubles, de routes ou d'îles artificielles, dans les microprocesseurs de nos ordinateurs ou de nos téléphones, dans les peintures et même dans les cosmétiques. **En 20 ans, la demande de sable a triplé.**

Vous vous dites que ça ne pose pas vraiment problème puisqu'il y a du sable partout ? Il y a bien 120 milliards de milliards de tonnes de sable dans le monde, mais il faut regarder au-delà des chiffres.

- Seul le sable marin, une fois extrait et lavé à l'eau douce, peut être utilisé. Le sable du désert, poli par le vent, est trop rond et ne peut pas s'agglomérer.
- Contrairement à ce que l'on pourrait penser, le sable n'est pas une ressource renouvelable. Créé par l'érosion des roches continentales, il est transporté par le vent et les cours d'eau et peut mettre plusieurs milliers d'années avant d'atteindre l'océan.

- La régénération du sable est perturbée par les 60 000 grands barrages construits à travers le monde qui retiennent les sédiments et les empêchent de rejoindre le grand bleu.

Nous dépensons notre "budget" de sable plus vite que nous ne pouvons le produire de façon responsable.

Joyce Msuya, Directrice exécutive par intérim de l'ONU Environnement

Et plus on extrait de sable, plus les menaces pour l'ensemble du vivant sont grandes.

- Maintenant qu'il ne reste plus grand chose dans les mines et les carrières, c'est dans les cours d'eau, les lacs et les fonds marins que l'on va puiser. En aspirant le sable, on aspire aussi des espèces marines à la base de la chaîne alimentaire et on détruit leurs habitats naturels.
- Sans le sable, qui constitue une barrière naturelle, l'eau de mer s'infiltré dans les nappes phréatiques et rend les terres arables impropres à l'agriculture.
- Les côtes sont de moins en moins protégées des catastrophes naturelles. En fait, lorsqu'on prélève du sable près des côtes, un trou se crée au fond de l'eau. L'océan comble ce trou avec du sable, ce qui accélère le retrait des plages et accentue le phénomène d'érosion. **Aujourd'hui, 75 % à 90 % des plages du monde reculent.**

Les émissions de gaz à effet de serre

L'utilisation de sable n'est pas le seul inconvénient du verre. Pour en arriver au matériau tel qu'on le connaît, les industriels se servent de fours dont la température peut monter jusqu'à 1 500 degrés. Et une fois fabriqué, encore faut-il l'amener à bon port. Les produits emballés dans du verre pèsent bien plus lourd que ceux emballés dans du plastique, ce qui fait consommer davantage de carburant aux camions qui les transportent.

Les risques de casse

Si le plastique est incassable, ce n'est clairement pas le cas du verre. Les risques de casse sont élevés, surtout lors du transport. Quand la catastrophe arrive, il faut tout recommencer : de l'extraction des matières premières à la production du verre. De quoi multiplier l'empreinte écologique d'un simple contenant !

La solution de la semaine

Recycler, réutiliser, consigner

Pas de panique, je ne vais pas vous dire qu'il faut revenir aux plastiques jetables et laisser tomber le verre. En fait, si j'ai écrit tout ça, c'est pour vous faire prendre conscience que peu importe l'emballage que l'on choisit, il aura toujours un impact.

Vous vous en doutez, il faut privilégier le verre pour un tas de raisons que j'ai déjà citées : pas d'extraction pétrolière, aucun produit toxique, recyclabilité à l'infini. Mais le plus important, c'est de faire en sorte qu'il dure le plus longtemps possible. S'il est à usage unique, son empreinte carbone sera plus grande qu'un emballage en plastique.

Recycler

Je vous vois venir. "Oui, mais s'il est mis dans un bac à verre pour être recyclé, ce ne sera jamais un déchet et il n'y aura pas besoin de puiser de nouvelles ressources pour en recréer."

C'est vrai, le verre est d'ailleurs l'un des rares matériaux recyclable indéfiniment, sans perte de qualité. Seulement, pour faire du verre à partir de verre, il faut des infrastructures de collecte, de tri et de recyclage, mais aussi de l'énergie. Beaucoup d'énergie. Tout ça a un impact que l'on oublie bien trop souvent. Le recyclage doit donc être votre dernier recours.

Réutiliser

Le mieux que vous puissiez faire avec vos bocaux en verre, c'est de les garder et de les réutiliser. Vous pouvez y ranger vos [courses en vrac](#) ou y conserver vos plats maison, par exemple. D'ailleurs, ça fait un an qu'on garde tous nos bocaux chez Blutopia pour les mettre gratuitement à disposition des épiceries vrac de La Rochelle.

Consigner

Pour aller encore plus loin, l'idéal serait de consigner tous les contenants en verre. Prenons l'exemple d'une bouteille. Une bouteille en verre consignée peut émettre jusqu'à 80 % de moins de gaz à effet de serre qu'une bouteille à usage unique sur l'ensemble de son cycle de vie. Evidemment, tout dépend des transports qui seront effectués, mais à l'échelle d'une région française, le bénéfice serait d'au moins 60 %. En fait, ce sont nos grands-parents et nos arrière-grands-parents qui avaient tout compris.

Notre sélection*

Le retour de la consigne



Jean Bouteille

Huiles, bières, produits ménagers, savons, shampoings... Avec Jean Bouteille, on peut acheter presque tous les liquides dans des bouteilles en verre consignées. Leur mission ?

Changer les codes de la distribution et lutter contre le tout jetable.

Oé

Oé, ce sont des vins bio et véganes dans des bouteilles en verre consignées. Absolument tout a été pensé pour limiter l'impact de l'emballage. La bouteille ne pèse que 405 grammes et est issue au maximum de la consigne. Le bouchon est en liège naturel, issu d'une forêt FSC. L'étiquette est en papier recyclé. La colle de l'étiquette est soluble dans l'eau. Que demander de plus ?



* Vous pouvez nous faire confiance, notre sélection est 100% indépendante.

Pour aller plus loin

Le sable : une ressource en voie de disparition

i Infographie : "Le sable, une ressource qui pourrait bien nous filer entre les doigts" par l'ADEME en partenariat avec Qu'est-ce qu'on fait ?!

Si vous voulez comprendre tous les impacts liés à l'extraction du sable et découvrir des leviers d'action pour les limiter, cette infographie est pour vous. Qu'est-ce qu'on fait ?! sait partager des informations importantes sans que ce soit barbant, et ça fait toute la différence.

 **Film : Lost World**

LE VRAC LIQUIDE DE JEAN BOUTEILLE CONVAINC LES GRANDES MARQUES

Le spécialiste lillois du vrac liquide Jean Bouteille voit ses ventes de produits et de distributeurs exploser en France et à l'étranger. Notamment grâce à des partenariats avec de grandes marques de la cosmétique et du soin désireuses de limiter les déchets.



La PME lilloise Jean Bouteille propose 70 références de produits de consommation courante liquides en vrac.

Pari tenu pour Jean Bouteille, qui mise depuis 2014 sur le développement du vrac liquide. De quelques références au départ, huiles et vinaigres notamment, l'entreprise lilloise (36 salariés, 4,5 M€ de chiffre d'affaires en 2020) est passée à une gamme de quelque 70 produits de consommation courante, proposés en vrac. Des produits ménagers au vin en passant par la bière, la confiture ou le shampoing, la sélection effectuée par Jean Bouteille parmi des produits de grande marque ou en marque blanche s'élargit régulièrement.

LE BOOM DU VRAC

La PME propose également à ses clients, des épicerie bio ou spécialisées dans le vrac, les distributeurs adaptés à chaque catégorie de produits. Ils permettent la bonne conservation et distribution des produits aux consommateurs qui remplissent leurs récipients, personnels ou

consignés, lors de leur passage en magasin.

Cette offre entièrement intégrée, comprenant à la fois des produits et des machines conçues et fabriquées en interne, a convaincu plus de 1 000 clients et 800 points de ventes. Et l'intérêt pour le vrac va croissant. L'ensemble des distributeurs, y compris les grandes surfaces, se dotent désormais d'espaces dédiés. De leur côté, les industriels s'y intéressent de plus en plus. « Nous voulons proposer à terme une alternative en vrac à tous les produits actuellement disponibles en pré-emballage à usage unique », résume Gérard Bellet, le fondateur de Jean Bouteille. « La demande des consommateurs est croissante. Le vrac est un geste abordable et simple, pour peu qu'une offre étendue existe à proximité. »

VERS L'INTERNATIONAL

Jean Bouteille connaît une forte accélération ces dernières

années, passant de 3 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019 à 4,5 millions en 2020, et sûrement 7 millions en 2021. « Notre chiffre provient pour moitié des produits que nous distribuons et pour moitié des équipements que nous fabriquons. Avoir la main sur la partie matériel de notre activité nous permet des développements sur-mesure, pour élargir la gamme des produits que nous proposons, comme pour répondre à des demandes spécifiques », décrit Gérard Bellet. L'expertise de Jean Bouteille attire notamment de grandes marques soucieuses de réduire leur impact écologique grâce au vrac. Depuis un peu plus d'un an, la PME accompagne ainsi la marque de soins pour bébés Mustela, qui installe dans des pharmacies des distributeurs pour certains de ses produits. Plus récemment, elle a signé un important partenariat avec le fabricant de cosmétiques L'Occitane, dont elle va équiper de nombreux magasins. « L'enseigne distribue désormais cinq de ses produits lavants en vrac. Nous accompagnons le groupe en Scandinavie, en Asie et aux États-Unis pour installer les distributeurs que nous avons créés à ses couleurs. C'est un important marché, qui représente déjà 8 % de notre chiffre d'affaires. En parallèle, nous travaillons à trouver des solutions pour distribuer des produits sensibles, comme des crèmes de soin, dans le respect des règles sanitaires. Nous serons bientôt en mesure de distribuer une gamme étendue de produits cosmétiques », projette Gérard Bellet.

Jeanne Magnien

POUR NOURRIR DEMAIN

LE MÉDIA ENGAGÉ POUR UNE MEILLEURE ALIMENTATION AU PLUS GRAND NOMBRE !
(https://www.pour-nourrir-demain.fr)

NOS ARTICLES (HTTPS://WWW.POUR-NOURRIR-DEMAIN.FR)

COMMUNAUTÉ (HTTPS://WWW.J-AGIS-POUR-NOURRIR-DEMAIN.FR)

IMMERSIONS (HTTPS://WWW.J-AGIS-POUR-NOURRIR-DEMAIN.FR/LES-IMMERSIONS)

YOUTUBE (HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/CHANNEL/UCBOUJ3UGSOZANJZZBDFV5WG/VIDEOS)

QUI SOMMES-NOUS ? (HTTPS://WWW.POUR-NOURRIR-DEMAIN.FR/CONTACT)

CONTACT (HTTPS://WWW.POUR-NOURRIR-DEMAIN.FR/CONTACT-2)

› ACTUALITÉ AGRO-ALIMENTAIRE (HTTPS://WWW.POUR-NOURRIR-DEMAIN.FR/CATEGORY/ACTUALITE-AGRO-ALIMENTAIRE) › RÉSEAU

VRAC FÊTE SES 5 ANS (HTTPS://WWW.POUR-NOURRIR-DEMAIN.FR/RESEAU-VRAC-FETE-SES-5-ANS)

Réseau Vrac fête ses 5 ans

📅 10 mars 2021 📄 Actualité agro-alimentaire (https://www.pour-nourrir-demain.fr/category/actualite-agro-alimentaire)



LETTRE D'INFORMATION

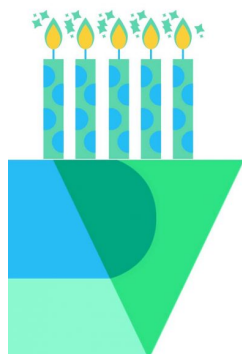
E-mail *

Je m'abonne !

RECHERCHER

Entrez votre recherche 🔍

Réseau Vrac fête ses



5 ans

A ses débuts, il y a 5 ans, Réseau Vrac comptait une centaine d'adhérents et son action reposait sur la volonté de ses cofondateurs : Célia Rennesson, Laura Genevois, Johanna Le Mau, Ludvina Sanchez, Fanny Allorent, Sébastien Leflond, Didier Onrait-Bruneau, Gerard Bellet et Nicolas Mayeul.

Depuis, l'association est devenue la référence du secteur du vrac en se fixant comme mission principale de démocratiser la vente en vrac en France et dans le monde. Réseau Vrac structure et accélère le développement de ce nouveau marché pour donner accès à une consommation responsable.

Aujourd'hui, Réseau Vrac est forte :

- d'une équipe de 10 femmes qui développent et font reconnaître la filière en France & en Belgique : Lucia Pereira, Chloé Liard, Chloé Fradin Sabatte, Clémentine Cossic, Julie Thomas, Sylvie Droulans, Emma Debacker, Emma Fortin, Elsa Anfossi et Ornella Le Marchand
- d'un Conseil d'administration riche de 10 professionnels engagés dans leurs métiers et représentant l'ensemble de la filière ;
- de plus de 1 800 adhérents qui font vivre l'association et œuvrent au quotidien pour offrir à tous une manière de consommer plus vertueuse ;
- d'une communauté de 10 000 sympathisants qui nous soutiennent;
- et de partenariats clés, noués pour accélérer le développement du vrac : La Nef Société financière, MiiMOSA, le Groupe ECOCERT, BIO Linéaires et Nielsen.

Plus d'informations sur www.reseauvrac.org (<https://reseauvrac.org>)

DERNIERS ARTICLES



(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/des-poissons-issues-de-peche-durable>)

Des poissons issues de pêche durable

(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/des-poissons-issues-de-peche-durable>)



(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/white-leaf-provisions-propose-des-repas-bio-pour-bebes-issus-de-lagriculture-regenerative>)

White Leaf Provisions propose des repas bio pour bébés issus de l'agriculture régénérative

(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/white-leaf-provisions-propose-des-repas-bio-pour-bebes-issus-de-lagriculture-regenerative>)



(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/irculegg-la-solution-de-valorisation-des-coquilles-doeufs>)

Circul'Egg, la solution de valorisation des coquilles d'œufs

(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/irculegg-la-solution-de-valorisation-des-coquilles-doeufs>)

Tentez le Veggie



(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/tentez-le-veggie-november-avec-mazette>)
November avec MAZETTE !
(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/tentez-le-veggie-november-avec-mazette>)



(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/linkee-sengage-pour-lalimentation-des-etudiants-precaires>)
Linkee s'engage pour l'alimentation des étudiants précaires
(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/linkee-sengage-pour-lalimentation-des-etudiants-precaires>)



(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/consommer-mieux-les-nouvelles>)



Actualité agro-alimentaire (<https://www.pour-nourrir-demain.fr/category/actualite-agro-alimentaire>)

« ARTICLE PRÉCÉDENT ([HTTPS://WWW.POUR-NOURRIR-DEMAIN.FR/QUELS-SONT-LES-SECRETS-DERRIERE-LA-BOITE-DABSOLUTHE](https://www.pour-nourrir-demain.fr/quels-sont-les-secrets-derriere-la-boite-dabsoluthe))

Quels sont les secrets derrière la boîte d'Absoluthe ?
(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/quels-sont-les-secrets-derriere-la-boite-dabsoluthe>)

ARTICLE SUIVANT » ([HTTPS://WWW.POUR-NOURRIR-DEMAIN.FR/UN-FRANCAIS-JETTE-9-BAGUETTES-DE-PAIN-PAR-AN-A-LA-POUBELLE](https://www.pour-nourrir-demain.fr/un-francais-jette-9-baguettes-de-pain-par-an-a-la-poubelle))

Un français jette 9 baguettes de pain par an à la poubelle
(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/un-francais-jette-9-baguettes-de-pain-par-an-a-la-poubelle>)

| www.happyfeed.fr (<http://www.happyfeed.fr>)

SUJETS EN RELATION

| Mentions légales (<https://www.pour-nourrir-demain.fr/mentions-legales>)



POUR NOURRIR DEMAIN
« 34 % des différents stocks de poissons sont surexploités »
Des poissons issues de pêche

White Leaf Provisions propose des repas bio pour bébés issus de l'agriculture régénérative
(<https://www.pour-nourrir-demain.fr/white-leaf-provi>)



Saint-Malo

Saint-Malo. « T'as ton bocal ? », l'épicerie vrac qui change les codes à Saint-Servan

Une nouvelle épicerie vrac vient d'ouvrir à Saint-Malo, plus précisément à Saint-Servan. Elle propose aussi un salon de thé et bientôt des plats à manger sur place ou à emporter.





A **Saint-Malo**, Céline Lemaire a ouvert une **épicerie vrac zéro déchet** dans le quartier de **Saint-Servan**, en lieu et place de l'agence bancaire LCL, au 29 rue Ville-Pépin.

« Pendant 24 ans, j'ai travaillé dans le textile, un métier passion. Entre-temps en 2013, en tant qu'auto-entrepreneure, j'ai lancé la marque l'Armoire de Diwen pour proposer des cadeaux de naissance sous la forme de bavoirs à manches, de pochettes porte-savon ou encore des porte-brosse à dents », détaille Céline Lemaire.

« C'est en découvrant l'émergence des épiceries vrac sur les réseaux sociaux que j'ai été séduite par la démarche qui correspond aux valeurs écoresponsables que j'applique chez moi au quotidien. »

À lire aussi

Tombé dans l'eau glacée à 16 ans : l'histoire de Jean, miraculé de Terre-Neuve

Produits bio et locaux

« Ici je ne vends que des produits bio et locaux pour toute la maison. Le principe consiste à venir avec son propre contenant pour s'approvisionner en produits alimentaires frais et secs, en produits d'entretien et en cosmétique pour réduire les emballages », présente Céline Lemaire qui vient de lancer sa première affaire.

Dans les rayons, il y a de tout pour faire ses courses : « des légumes de la Fresnais, de la pâte à tartiner de Vannes, des biscuits de Rennes, des savons de Saint-Cast, de la bière la Bosco fabriquée à Saint-Méloir-des-Ondes... ».

À lire aussi

Offre d'emploi : logé et payé 1 800 euros, qui veut devenir gardien (ne) de manoir à Dinard ?

« Un lieu d'échange dans le quartier »

Le lieu se veut plus qu'une épicerie : « J'ai voulu faire de cet endroit un lieu d'échange dans le quartier avec un espace salon de thé. Prochainement, des repas à consommer sur place ou à emporter seront proposés par un prestataire extérieur. »

Au sein du commerce, « les contenants peuvent prendre des formes multiples : sacs à vrac en tissu, une boîte Tupperware, un bocal... l'idée est de réduire nos déchets. Les personnes qui le souhaitent peuvent faire don de leur contenant propre en boutique pour que cela serve à d'autres. Autrement j'en propose à la vente, une fois acheté, il est réutilisable. »

« T'as ton bocal ? » au 29 rue Ville-Pépin à Saint-Servan, ouvert du mardi au samedi de 8h30 à 19h.

Cet article vous a été utile ? Sachez que vous pouvez suivre **Le Pays Malouin** dans l'espace **Mon Actu**. En un clic, après inscription, vous y retrouverez toute l'actualité de vos villes et marques favorites.

Suivez l'actualité de vos
communes favorites dans
l'onglet **Mon actu**

J'ai compris

Partagez



BIO

Je m'abonne

Magazine digital abonnés

Mon Compte



Recherche



VIE DES ENSEIGNES

VIE DES FOURNISSEURS

CHIFFRES & MARCHÉS

NOUVEAUX PRODUITS

REPORTAGE EN IMAGES



CELLO Compost
AROMANDISE

LA SOLUTION ZÉRO DÉCHET
POUR LES ÉPICES ET LES CONDIMENTS !



Circuits Bio / Vie des fournisseurs / Vrac : We Bulk accélère

Vrac : We Bulk accélère

28 septembre 2021 - Léa Lesurf

Un an seulement après son lancement, la toute première market place dédiée au vrac dénombre déjà un portefeuille de 400 épiceries zéro déchet clientes. Devant cette belle dynamique qui témoigne des besoins de simplification de la filière, We Bulk envisage la création d'une nouvelle base logistique dans le nord-ouest de la France.

Il y a un an tout pile, We Bulk était le lauréat des Trophées du Vrac dans la catégorie services et équipements organisés par l'association Réseau Vrac. L'entreprise, fraîchement imaginée par Gérard Bellet, créateur de Jean Bouteille et Sébastien Becker co-fondateur d'Ultéria, est la première place de marché en ligne dédiée aux produits bio et zéro déchets.

Près de 400 épiceries vrac clientes

We Bulk en chiffres

3 000 références en ligne

125 fournisseurs

400 clients magasins

10 salariés

vous acceptez l'utilisation de cookies afin de nous permettre d'améliorer votre expérience utilisateur.

✓ **Accepter** **Personnaliser**

produits biologiques de l'autre. Webulk propose aux magasins de commander en ligne auprès d'un panel de plus de 3 000 fournisseurs et de bénéficier d'une livraison unique avec un franco groupé attractif de 200 € grâce à sa plateforme logistique (FM



A l'occasion des Trophées du Vrac organisés en septembre 2020 par l'association Réseau Vrac, Régis Cao, dirigeant de We Bulk, a reçu le premier prix dans la catégorie services et équipements .

Logistic) située à Mormant (77). « Grâce à notre travail de sourcing, nous donnons de la visibilité à de nombreux petits producteurs bio », souligne Régis Cao, son directeur général.

Douze mois plus tard, l'entreprise implantée à Bazarnes (89) recense 400 épiceries clientes. Soit près la moitié du parc de magasins zéro déchet d'après le recensement de l'association Réseau Vrac. La dynamique équipe de We Bulk ne manque pas de projets pour continuer à simplifier la vie des épiceries. Outre l'élargissement du marché à de nouvelles catégories vendues en vrac, « nous regardons tous les irritants qui peuvent exister entre les magasins et les fournisseurs sur lesquels nous pouvons agir grâce à la digitalisation, comme l'étiquetage ou le partage d'informations ».

Vers une supply chain zéro déchet

Visibilité web, visibilité auprès des clients de WeBulk, outil de mise à disposition d'informations aux magasins et même aux consommateurs, gestion logistique ou encore administrative... les services proposés par We Bulk sont nombreux. Par ailleurs, la société travaille

vous acceptez l'utilisation de cookies afin de nous permettre d'améliorer votre expérience utilisateur.

✓ **Accepter** **Personnaliser**

déchet, où les contenants qui transitent entre fournisseurs et épiceries vrac suivent une boucle de réemploi.

Les premiers essais, réalisés sur le premier semestre, s'annoncent plus qu'encourageants. L'entreprise bourguignonne prévoit également à moyen terme de dupliquer sa base logistique dans de nouvelles régions, afin de mailler davantage le territoire et d'être au plus près des producteurs et des magasins. La prochaine est prévue dans le nord-ouest à l'horizon 2022, une zone où la market place compte de nombreux clients.

Publi-information



Le nouveau biscuit BELLEDONNE régale les enfants au rayon vrac

Depuis 1991, BELLEDONNE fabrique des produits bons, bio, équitables et solidaires pour répondre aux engagements des consommateurs de vos magasins bio. Avec la Papatte, un vent de fantaisie souffle au rayon biscuits vrac ! Une forme ludique, un bon goût banane-cacao et la juste quantité de sucre. Ce biscuit est fait pour plaire aux enfants comme aux parents. Sucre, cacao, farine de banane équitables.

Ce mois-ci dans Circuits Bio



J'achète le numéro

vous acceptez l'utilisation de cookies afin de nous permettre d'améliorer votre expérience utilisateur.

✓ **Accepter** **Personnaliser**

LES BRÈVES

David avec Goliath : les finalistes de l'édition 2021

Publié le 26 octobre 2021



Par Manon Derval

ENTREPRENEURS

ÉVÉNEMENT

W BRÈVE

DAVID AVEC
GOLIATH
L'ALLIANCE DES JEUNES ET
DES GRANDES ENTREPRISES



L'initiative **David avec Goliath** revient le 9 novembre à la Maison Raise Lab. Pour l'occasion, zoom sur les trois finalistes de cette édition 2021.

Pourquoi cette annonce

Créée en 2015 par RAISE et Bain & Company France, l'initiative a pour objectif de promouvoir la multiplication des alliances entre grandes et jeunes entreprises dans le but de soutenir la croissance de ces dernières et créer des ponts entre ces deux mondes.

Cette année, 3 projets ont retenu l'attention du jury.

Ombrea & TotalEnergies

Ombrea et **TotalEnergies** ont conclu un partenariat pour porter une solution agrivoltaïque afin de pallier les aléas climatiques et protéger les cultures des phénomènes de grêle, gelées, ou encore sécheresse.

Isahit & L'Oréal

En partenariat avec **L'Oréal**, **Isahit** a travaillé sur l'amélioration d'un algorithme de réalité augmentée de diagnostic de peau (ModiFace) afin de proposer des recommandations personnalisées aux consommateurs. L'expérience proposée se veut plus inclusive en prenant en compte la diversité des types de peaux lors de l'essai de maquillage à distance.

Jean Bouteille & L'Occitane

Jean Bouteille et **L'Occitane** ont développé une solution de distribution de produits cosmétiques en vrac via une fontaine Gravity, afin de proposer à leurs clients une alternative à l'emballage à usage unique

Aurélien Amaz

Ouvrir son MAGASIN bio • local • vrac

10
ÉTAPES CLÉS

business plan,
financements,
partenariats,
...



Devenez acteur de l'économie circulaire !

● Éditions
EYROLLES

Sommaire

INTRODUCTION	7
Quelle est la raison d'être du livre ?	7
Qui suis-je ?	8
15 personnalités interviewées	9
Chapitre 1 : Agir pour une économie circulaire	11
Un constat qui pousse à réfléchir	11
Qu'est-ce que l'économie circulaire ?	13
Le rôle clé d'un magasin bio - local - vrac	16
Osez, maintenant	20
Chapitre 2 : Bien s'entourer, être soutenu !	23
Un fort sentiment de solitude	23
« Pitcher » son projet	25
Les réseaux « à impact »	29
Rejoindre un incubateur	37
Trouver l'associé idéal	39
Chapitre 3 : Monter son business plan	45
Les points clés du business plan (hors plan financier)	45
Les points clés du plan financier	59
Typologies de magasin	84
Choix de la structure juridique	87
La méthode « Lean » : débiter avec peu de coûts fixes	90
Chapitre 4 : Trouver son local et l'aménager	93
Les huit critères pour trouver le bon local	93
Travailler son plan d'aménagement	99
Rechercher un partenaire spécialisé	106

Chapitre 5 : Identifier et sélectionner ses producteurs	109
« Bio », « local », « circuit court » : contexte et conseils	109
Mieux connaître le monde agricole	117
Rencontrer des producteurs	120
Se décider	123
Chapitre 6 : S'engager sur le zéro déchet et le vrac	127
Constat sur la situation actuelle	127
Mise en place du vrac	132
Promotion de la consigne	134
Création d'un service de compostage	137
Trois partenaires leaders du zéro déchet	141
Chapitre 7 : Obtenir des financements	147
Lancer une campagne de crowdfunding	149
Prêt d'honneur, prêt bancaire, garantie bancaire	157
Subvention, appel à projet : être lauréat !	160
Investisseurs	162
Revoir ses ambitions en fonction de son budget	163
Chapitre 8 : Gérer sa communication	169
Comment valider le nom de son magasin ?	169
L'importance de la charte graphique	171
Créer une communauté de clients, les bonnes astuces	174
Préparer son inauguration	177
Chapitre 9 : Développer son activité	181
Angoisse des premiers mois	181
Recruter les bonnes personnes	183
Faire croître son chiffre d'affaires significativement	196
Suivre son activité avec des indicateurs précis	209
Chapitre 10 : Vendre son magasin	217
Vos raisons sont-elles bonnes ?	217
Discuter avec son associé et son équipe	218
Les 9 étapes importantes	219
Conclusion	227
Remerciements	229

INTRODUCTION

Quelle est
la raison d'être
du livre ?

Ouvrir son magasin bio – local – vrac répond à deux objectifs majeurs de notre société :

- soutenir une production alimentaire de qualité et locale ;
- générer beaucoup moins de déchets !

Je vous livre les étapes clés d'un projet d'ouverture : intégrer un incubateur engagé, bien choisir son associé, réaliser son business plan, trouver le bon local, obtenir des financements. Je vous fais part aussi des obstacles auxquels j'ai été confronté et les solutions que j'ai trouvées.

En lisant ce livre, vous vous donnez toutes les chances d'ouvrir avec succès votre magasin !

QUI SUIS-JE ?

Je m'appelle Aurélien Amaz.

Je rêve d'un monde plus durable. Je rêve que de nombreux projets émergent, à impact positif pour notre environnement et pour notre société.

Personnellement, je n'avais jamais imaginé avoir un jour ma propre entreprise. Jusqu'à 23 ans, l'idée d'être entrepreneur ne m'avait même pas effleuré l'esprit. Et pourtant !

Diplômé en 2011 d'un double master en gestion (ESC Tours) et développement durable (université de Sherbrooke, Canada), je travaille dans une multinationale de services à « l'environnement ». Déçu par l'inertie de l'entreprise, je m'engage bénévolement dans une ferme en maraîchage pendant quatre mois. Ces deux expériences me donnent envie d'entreprendre, d'avoir mon propre lieu !

En 2016, j'ouvre Roots, le premier magasin indépendant de produits bio – locaux – vrac à Bruxelles. Quatre emplois sont créés ; nous travaillons en direct avec 85 producteurs. Nous redynamisons le quartier !

En 2020, j'ai atteint les objectifs fixés en concertation avec mon associée : le magasin est rentable, le chiffre d'affaires est passé de 160 000 à 600 000 euros en quatre ans et l'équipe est autonome. Je cède les parts de mon entreprise. Donner du sens à son travail, tout en se rémunérant justement, est possible.

La même année, je rejoins l'incubateur Savoie Technolac pour accompagner d'autres créateurs d'entreprise et pour porter de nouveaux projets innovants avec les élus du territoire. Je me rapproche de ma famille et d'une région que j'adore.

Tout au long de ma création d'entreprise, j'ai formalisé tout ce que j'ai appris ; je partage ce contenu avec vous aujourd'hui à travers ce livre, espérant vous aider.

Sachez que j'avais peu d'économies et aucune expérience de l'entrepreneuriat. Pour ne rien faciliter, je venais aussi d'arriver dans une nouvelle ville, après avoir suivi ma compagne. Une bonne dose de culot, une bonne lecture (!) et vous ouvrirez votre magasin.

15 INTERVIEWS

GÉRARD BELLET

fondateur de Jean Bouteille

EDOUARD BERGEON

réalisateur du film *Au nom de la terre*

NICOLAS BORDE

fondateur
de La Ferme des Possibles

MARC-DAVID CHOUKROUN

cofondateur
de La Ruche qui dit Oui

MAXIME DE ROSTOLAN

cofondateur de Blue Bees
et de Fermes d'avenir

MATHIEU JOSELZON

fondateur
de Ciao Gusto

THOMAS HURIEZ

président fondateur de 1083

ALIZÉE LOZAC'HMEUR

cofondatrice de MakeSense

JEAN MOREAU

fondateur de Phenix, coprésident
du mouvement Impact France

CHLOÉ NABEDIAN

journaliste météo et climat
sur France Télévisions

DIDIER ONRAITA

fondateur de Day by Day

CÉLIA RENNESSON

fondatrice de Réseau Vrac

LAËTITIA VAN DE WALLE

fondatrice de Lamazuna

FRANÇOISE VERNET

présidente de Terre & Humanisme

HANNAH WILLISHER

cofondatrice de Roots



Mise en place de la consigne dans votre magasin

Interview de Gérard Bellet,
fondateur de Jean Bouteille³³

.....

Combien de produits en « vrac liquide » proposez-vous ?

Nous proposons jusqu'à 100 références sur une surface de 100 m², et plus si le magasin est plus grand.

Nos univers sont variés : la cuisine (huile d'olive ou de colza, vinaigre balsamique, etc.), la cave (vins, rhum, gin, pastis, etc.), la buanderie (lessive, liquide vaisselle, savon noir, etc.), le comptoir (bière pression).

Quel est le top 3 des produits à vendre dans son magasin ?

Les trois top ventes sont : l'huile d'olive, la lessive, le vinaigre balsamique.

Qui lave les bouteilles ramenées par les clients ?

On ne demande pas au magasin de les laver. Jean Bouteille vient récupérer les bouteilles à laver chez chacun de nos magasins partenaires. Nous les reprenons et nous nous occupons du lavage. Soit nous le faisons nous-mêmes, soit nous externalisons auprès de laveurs dont c'est le métier à 100 %³⁴.

33. Jean Bouteille (www.jeanbouteille.fr) est une PME de 37 salariés présente dans plus de 1 000 points de vente ; la société a vendu 450 000 litres de produits, ce qui a évité de jeter 300 000 bouteilles.

34. Le métier du lavage a une équation économique complexe. Gérard Bellet développe : « Une bouteille neuve coûte seulement 20 centimes. Il faut que le lavage coûte moins cher pour être compétitif, environ 10 centimes. Avec trois personnes (un laveur, un commercial, un administratif), la masse salariale est d'environ 100 000 euros, sans compter qu'il faut encore payer le loyer, le comptable, le graphiste, les consommations d'eau, etc. Il faut plus d'un million de bouteilles pour payer les trois salaires. Les Allemands ont constaté qu'il y avait une concurrence déloyale entre le recyclage (dont une bonne partie est payée par la collectivité) et la consigne (où 100 % est pris en charge par les acteurs de la consigne). Les bouteilles plastiques sont donc aussi consignées pour éviter cette concurrence déloyale ! »



L'OBSERVATOIRE 2021 DU RAYON VRAC

 Winminute

éditions
DAUVERS

4^{ème} édition



Victime collatérale de la crise sanitaire, le marché du vrac se rétablit progressivement au rythme du retour des consommateurs dans les magasins.

C'est que les changements d'habitudes ont la vie dure...

En 2021, selon les estimations de Réseau Vrac, les ventes devraient s'inscrire dans la même tendance que l'année précédente, + 8 % à 1,4 milliard d'euros (tous circuits), loin de la performance enregistrée en 2019 (+ 41 %). Mais le vrac n'a pas dit son dernier mot. Aidé en cela par les aspirations des Français pour une consommation plus respectueuse de l'environnement (bio), mais également par les futures obligations réglementaires. La loi Climat et Résilience, inscrite dans la loi plus globale Agec (Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire), et publiée en août au journal officiel, se veut résolument anti-gaspi, zéro-déchet et donc pro-vrac ! Elle stipule en effet qu'en janvier 2030, 20 % de la surface de vente des magasins de plus de 400 m² soit destinée à l'offre vrac. Un véritable défi pour les distributeurs et les fournisseurs, mais également de nouvelles habitudes en perspective pour les consommateurs. Avant même la promulgation de la loi, la quasi-totalité des acteurs du marché ont mené des réflexions,

lancé des expérimentations et déployé des solutions visant à "professionnaliser" la vente en vrac, à lever les nombreux freins à l'achat (et à la commercialisation) et à supprimer définitivement les irritants. Simple par essence (avant d'être emballés les produits étaient vendus "nus"), le vrac n'en est pas moins un mode de commercialisation où l'innovation et la technologie ont indéniablement un rôle à jouer. Qu'il s'agisse des différentes possibilités de matériaux pour les bacs et trémies, des systèmes de dosage et de pesée, ou bien encore l'étiquetage des références avec notamment le concept d'étiquette augmentée grâce à l'utilisation de QR codes. Pour autant, la dimension humaine est indissociable de ce rayon. Il requiert en effet une certaine expertise et une attention quotidienne autour des notions d'hygiène et de traçabilité. Sans compter l'accompagnement du consommateur souvent laissé à son propre sort au nom du sacro-saint libre-service. Au-delà, l'ouverture du rayon vrac (traditionnellement circonscrit à l'épicerie sèche) aux boissons, produits d'hygiène ou d'entretien, ainsi que l'arrivée attendue des grandes marques laissent présager de belles années à l'ombre des bacs et trémies.

Jean-Philippe Gallet

1 - LE VRAC EN 10 INSIGHTS CLÉS.....	6
2 - L'OBSERVATOIRE DU RAYON VRAC.....	20
• Méthodologie.....	22
• Implantation en magasins.....	25
• L'offre.....	52
• Les prix.....	60
• Focus "quali".....	75
• Vu en magasins.....	112
3 - LA PAROLE AUX EXPERTS.....	121
4 - EN IMAGES : LE VRAC ICI & AILLEURS.....	126
5 - ZOOM : VRAC & DRIVE.....	185

Ils ont permis la réalisation de cet "Observatoire" :

 <p>p. 159</p>	 <p>p. 21</p>	 <p>p. 167</p>	 <p>p. 93, 94,</p>	 <p>p. 147</p>
 <p>p. 104</p>	 <p>p. 7, 26</p>	 <p>p. 127</p>	 <p>p. 12</p>	 <p>p. 113</p>
 <p>p. 16, 35, 61, 62</p>	 <p>p. 2, 53</p>	 <p>p. 122</p>	 <p>p. 76, 77</p>	 <p>p. 138</p>

SANS OUBLIER NOTRE
PARTENAIRE DEPUIS
4 ÉDITIONS :



Pour mieux les connaître, n'hésitez pas à cliquer sur les logos.

De même, au fil des pages, suivez les flèches 
pour découvrir leurs offres et solutions (au sein des annonces).

SOLUTIONS VRAC LIQUIDE PERFORMANTES & SÉCURISÉES



EASY, LA SOLUTION SIMPLISSIME POUR VOS PRODUITS EN VRAC À ÉCOULEMENT FACILE!

La particularité de cette fontaine ?

- Fontaines **low tech simple d'utilisation et auto-installable** permettant l'écoulement rapide et complet d'une poche sans électricité.
- Une **pente qui s'accroît au fur et à mesure que la poche se vide** pour améliorer la performance en fin de poche.



GRAVITY, LA SOLUTION IDÉALE POUR VOS PRODUITS EN VRAC À FORTE VISCOSITÉ!

La particularité de cette fontaine ?

- L'air comprimé présent dans la fontaine permet d'avoir un **écoulement régulier et constant, même sur les produits les plus complexes** (sauces, confitures, pâte à tartiner.. etc).
- L'air comprimé permet de garder la poche dans le carton, et applique une **pression réglable et homogène sans fragilisation de la poche.**

*Nos distributeurs
SONT COMPATIBLES
AVEC VOS PRODUITS*

UNE OFFRE ZÉRO DÉCHET COMPLÈTE

**+ DE 60
PRODUITS
EN VRAC ENGAGÉS
DISPONIBLES AU
CATALOGUE**

*Une gamme
de contenants
réutilisables*

**DES OUTILS
DE GESTION**

*(Tuto, cahier de traçabilité,
affichage réglementaire...)*

**À vos côtés dans votre
AVENTURE VRAC!**

Quels que soient vos attentes, contraintes et enjeux, nous vous conseillerons sur l'ensemble de votre **projet vrac liquide**. Echangez avec **un conseiller vrac de votre région** pour poser toutes vos questions.

ME FAIRE CONSEILLER

Donne un coup de bocal à Vitenvrac, du drive à la boutique



Vitenvrac se transforme en boutique.

Commerce, Boé, Société

Publié le 06/11/2021 à 05:13

En mai dernier, Joyce Van Laarhoven créait Vitenvrac, le premier drive zéro déchet du 47 proposant un large choix de produits locaux. Objectif, permettre à tous les budgets d'avoir accès au vrac et au zéro déchet de qualité.

Un sondage de satisfaction réalisé dernièrement par Joyce Van Laarhoven auprès de sa clientèle a fait émerger une demande forte. 70 % des clients ont envie de pouvoir faire leurs courses non seulement en drive mais aussi dans une boutique physique. Un souhait que Joyce veut exaucer en développant dans ce sens la boutique physique qui d'ailleurs existe déjà.

Mais pour cela, le magasin doit être équipé en conséquence, ce qui implique des investissements. Pour trouver les fonds nécessaires, 12 000 euros dans l'idéal, une campagne de financement participatif via la plateforme Bluebees est en cours jusqu'au 30 novembre.

"La cagnotte est ouverte depuis quelques heures seulement et le compteur affiche actuellement 850 €, ce qui est très encourageant. Elle sera reversée même si le projet n'atteint pas 100 % des objectifs", nous dit Joyce. "Bluebees est une plateforme orientée vers les financements de projets écoresponsables. On peut faire un don sur le site par virement ou par chèque, sans ou avec contrepartie selon le montant".

Donne un coup de bocal à Vitenvrac

Des aménagements sont en effet nécessaires pour transformer le magasin actuel en boutique de produits en vrac. "Tout d'abord, il faut installer davantage de rayonnages et en particulier des étagères renforcées, capables de supporter le poids de conditionnements pouvant peser jusqu'à 20 kg. Je dois être équipée d'un frigo homologué avec vitrine permettant aux clients de se servir. Je dois également investir dans une balance poids-prix performante pour faire la tare des contenants et les peser une fois remplis".

En résumé, voilà à quoi servira la somme collectée.

"Avec 4 000 €, je pourrai acheter deux vitrines froides pour des produits frais locaux de La P'tite Ferme à Caussade, de laiterie Baechler au Temple-sur-Lot, etc. Avec 8 000 €, je pourrai acheter une balance prix, qui pèse les contenants pour ne payer que le contenu. Avec 10 000 €, je pourrai m'équiper des meubles de chez Jean Bouteille. Ces meubles

Gravity permettront d'acheter vos vinaigres, shampoings ou encore sauce soja en vrac. Enfin, avec 12 000 €, je pourrai équiper le magasin de meubles adaptés au vrac, chinés et adaptés au magasin par un artisan local".

La boutique est déjà en cours de métamorphose. "Les produits secs sont installés". Le rythme de cette transformation dépendra du succès de la campagne de financement.

Horaires boutique : du lundi au jeudi 10h – 19h, vendredi 10h – 18h, samedi 9h – 13h

vitenvrac.fr – 07 82 61 10 44 – contact@vitenvrac.fr Vitenvrac, 5 impasse d'Aquitaine 47550 Boé



Correspondant

[Voir les commentaires](#)

La voiture de Jean-Pierre Pernaut choque le monde entier, et voici la preuve en image !

Do It Houses | Sponsorisé

Les chaussures qui garderont vos pieds au chaud même pendant les jours d'hiver les plus froids !

boojoy-shoes.com | Sponsorisé

Les 7 voitures les moins chères (moins de 5 000 €)

naspin.com | Sponsorisé

Réagir



Ajouter un commentaire

[Publier mon commentaire](#)

[Lire la charte de modération](#)

Les tops de la semaine

ENTREPRENEURS

Isahit & L'Oréal remportent le prix David avec Goliath

Publié le 10 novembre 2021



Par Mathieu Soulas



C'est devenu un des événements incontournables du calendrier. Ce 9 novembre se tenait à la Maison Raise Lab la nouvelle édition de David Avec Goliath. Créée en 2015 par RAISE et Bain & Company France, l'**initiative** a pour objectif de promouvoir la multiplication des alliances entre grandes et jeunes entreprises dans le but de soutenir la croissance de ces dernières et créer des ponts entre ces deux mondes. Et les heureux élus furent : **Isahit & L'Oréal**.

Aides du Gouvernement 2021

Bénéficiez de la nouvelle aide du gouvernement dite "prime coup de pouce chauffage"

Mes Aides Energies

En continuant de défiler, vous acceptez l'utilisation de services tiers pouvant installer des cookies

OK, TOUT ACCEPTER

PERSONNALISER

diagnostic de peau (ModiFace) afin de proposer des recommandations personnalisées aux consommateurs. L'expérience proposée se veut plus inclusive en prenant en compte la diversité des types de peaux lors de l'essai de maquillage à distance. Isahit offre la particularité d'être une plateforme éthique de data labelling pour l'IA et le traitement de la Data. La plateforme mobilise des « hitteuses » socio-économiquement défavorisées de pays d'Afrique, Asie, Amérique du Sud et d'Europe.

Pour Isabelle mashola (CEO & co-founder – Isahit) : « c'est un double partenariat. Nous avons aidé L'Oréal à entraîner de façon bien plus rapide leur algorithme d'intelligence artificielle, et en contrepartie, L'Oréal nous a aidés à nous développer à l'international par ses recommandations ». Et Camille Kroely (Global Head of Digital Services & Open Innovation – L'Oréal) d'ajouter : « Isahit, c'est une tech for good, pour de vrai. Tous les jours ils permettent à des femmes de passer de l'économie informelle à l'économie formelle, de se construire un avenir professionnel. »

Pour rappel les deux autres finalistes :

Ombrea & TotalEnergies

Ombrea et **TotalEnergies** ont conclu un partenariat pour porter une solution agrivoltaïque afin de pallier les aléas climatiques et protéger les cultures des phénomènes de grêle, gelées, ou encore sécheresse.

Jean Bouteille & L'Occitane

Jean Bouteille et **L'Occitane** ont développé une solution de distribution de produits cosmétiques en vrac via une fontaine Gravity, afin de proposer à leurs clients une alternative à l'emballage à usage unique.

NEWSLETTER WIDOOBIZ

Toute l'actualité business dans votre boîte mail.

Votre adresse e-mail

OK



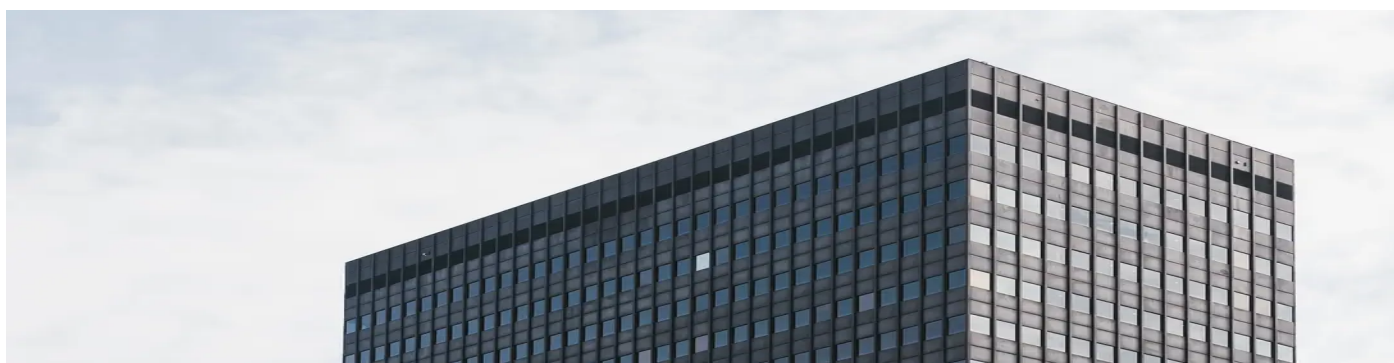
Par Mathieu Soulas

238 articles 

En continuant de défiler, vous acceptez l'utilisation de services tiers pouvant installer des cookies

OK, TOUT ACCEPTER

PERSONNALISER



Luca Nicoletti

L'Oréal, L'Occitane... Les 4 infos corpo à retenir cette semaine

Chaque semaine, Maddyness fait le point sur l'actualité des grands groupes en matière d'innovation. En ce moment, des startups les accompagnent pour lancer de nouvelles offres. Mis à l'honneur : L'Oréal, L'Occitane, Orange et Unilabs.

ÉCOUTER L'ARTICLE

    PARTAGER

SIGNALER UNE ERREUR

ENREGISTRER PDF / EXPORTER





L'Oréal s'appuie sur Isahit pour mieux connaître les consommateurs

Un accord a été signé entre L'Oréal et Isahit, qui est à l'origine d'une plateforme d'annotation de données pour l'IA, pour faciliter l'échange entre la startup et quatre entités différentes du groupe, ayant toutes leurs propres besoins métiers. Les partenaires ont mis au point des algorithmes à même de poser des diagnostics de peaux et recommander les produits adaptés, afin d'augmenter la conversion des ventes ainsi que de collecter de la donnée agrégée pour mieux connaître les consommateurs. L'Oréal faisait déjà appel, depuis 2019, à Isahit pour améliorer un algorithme de réalité augmentée devant permettre aux clients d'essayer le maquillage à distance. L'inclusion sociale par le numérique, un combat porté par Isahit, est aussi soutenue par L'Oréal, qui offre aux indépendantes travaillant pour la startup des modules d'e-learning pour monter en compétences. Une action que le groupe mène déjà auprès d'associations.

L'Occitane réduit son recours au plastique avec Jean Bouteille

L'Occitane a choisi la startup Jean Bouteille afin de développer une solution de fontaine permettant la distribution en vrac de tous types de produits, qu'ils soient visqueux ou bien pâteux. L'enseigne de cosmétiques souhaite permettre aux consommateurs de bénéficier d'alternatives au tout jetable. Jean Bouteille a adapté sa fontaine Gravity aux besoins des articles commercialisés par L'Occitane. De quoi développer des accroches bouteilles pour différents formats de contenants, créer des modules d'impression d'étiquettes multilingues ou différentes selon la législation, mais également intégrer un système d'assainissement. La marque française, présente dans 25 pays, affirme ainsi « *prendre en compte les impacts des packagings sur la planète dans le développement* » des produits. La solution lui permet d'aller au-delà du recyclage, en favorisant le réemploi et en « *encourageant ses clients à s'engager en faveur d'une économie circulaire* ». Ce partenariat doit, en effet, permettre à L'Occitane de réduire de 94% l'utilisation de plastique dans la fabrication de ses produits.

À lire aussi

[Collaborations entreprises-startups en Asie : les clés du succès](#)

Orange renforce l'influence de ses dirigeants grâce à

Orange a retenu AmazingContent afin de gérer l'influence de dix membres de son top management sur les réseaux sociaux. La startup a mis à disposition de ces derniers son programme « Leader Advocacy », qui a débouché sur 6 fois plus de publications et un taux d'engagement multiplié par 5,5. Par cette manoeuvre, Orange a pour ambition de fluidifier et numériser sa stratégie de communication en orchestrant l'influence de ses dirigeants. De quoi, à en croire l'entreprise, « *diversifier sa prise de parole sur des thématiques clés telles que la 5G, le numérique, la banque mobile ou le financement de l'innovation* ». Ainsi, les dirigeants d'Orange Ventures, Orange Bank ou Orange Cyberdefense ont été chargés de devenir des leaders d'opinion en s'appuyant sur une application sécurisée. À noter que sept d'entre eux étaient totalement absents des réseaux sociaux professionnels avant le début de cette collaboration. Leurs progrès ont été suivis par un coach via l'application : ces dirigeants ont été à l'origine de 500 publications en neuf mois sur LinkedIn et Twitter.

Unilabs développe la télé-expertise médicale avec Conex Santé

Unilabs a demandé à Conex Santé de déployer une plateforme de télé-expertise médicale pour permettre à ses biologistes de contacter plus facilement les médecins généralistes et les spécialistes. Le groupe de laboratoire d'analyses veut, avec le concours de la startup, pouvoir alerter d'autres professionnels de santé quand des résultats d'analyses médicales sont inquiétants ou encore faciliter la demande de devis. Son objectif est de décharger les biologistes qui perdent de nombreuses heures chaque semaine en joignant des médecins – généralistes comme spécialistes. Conex Santé permet d'organiser les échanges entre professionnels de santé à travers des communautés professionnelles territoriales de santé (CPTS). Ainsi, chaque professionnel de santé qui est actif sur la plateforme est intégré à une équipe d'experts de son territoire, pour une prise en charge du patient « *plus pertinente et plus efficace* », notent les partenaires dans un communiqué. Le dispositif devrait être généralisé sur tout le territoire en 2022. Pour mémoire, Unilabs s'était déjà équipé d'une plateforme d'interprétation des données médicales opérée par la startup marseillaise Kiro.

Article écrit par **MADDYNESS**



PARTAGER

Related articles

ACTUS

PAR MADDYNESS

6 novembre 2021

Les événements innovation et entrepreneuriat à ne pas manquer en novembre 2021

ACTUS

PAR MADDYNESS

5 novembre 2021

10 conseils pour réussir votre projet de création d'entreprise

Les nouvelles du vrac

1 message

WeBulk, la folle équipe <bonjour@webulk.bio>
Répondre à : "WeBulk, la folle équipe" <bonjour@webulk.bio>
À : anne@jeanbouteille.fr

3 novembre 2021 à 13:30

On attaque novembre en grande forme chez WeBulk !

Fin octobre s'est tenu le salon Natexpo : nous en sommes revenus les yeux plein d'images, de sourires, de belles rencontres et de retrouvailles. Que d'intensité pendant ces trois jours ! Nous vous avons croisés nombreux, producteurs et épiciers, et nous avons pu partager ensemble le goût des valeurs qui nous animent. Nous sommes boostés et reboostés, même si notre énergie était déjà au top ! Alors sans plus tarder, découvrons les nouveautés qui vont ponctuer novembre.

Question du mois

(cliquez sur votre réponse préférée) :

Comment remplissez-vous votre panier sur WeBulk.bio?

A/ Je prends toujours les mêmes produits, mes habituels

B/ Je navigue au sein des différentes catégories et découvre de nouveaux produits

C/ Les deux



Nos coups de coeur produits

Jean Bouteille nous fait la joie d'étoffer sa gamme avec de nouvelles huiles françaises : chanvre, pépins de courge, noisettes ! Cette dernière est idéale en assaisonnement ou en cuisson - à consommer sans modération !

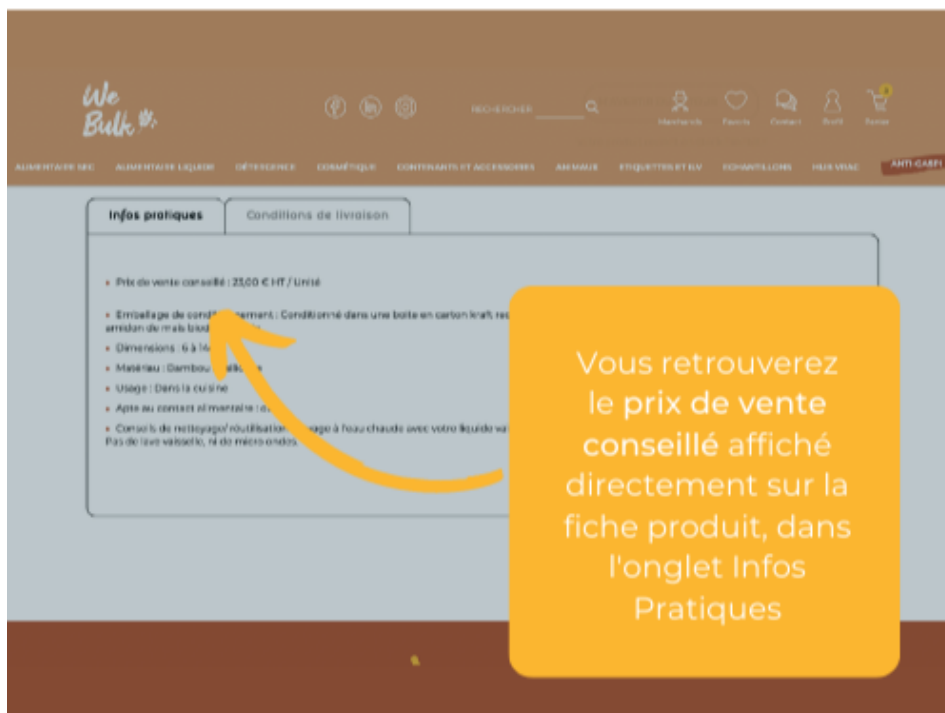


Tandis que nous allons vers l'hiver, gardons un goût d'été dans l'assiette grâce à la poudre de tomate. Elle est composée de tomates, et rien que de tomates ! C'est Actibio qui vous la propose pour des plats savoureux et colorés tout au long de l'hiver.

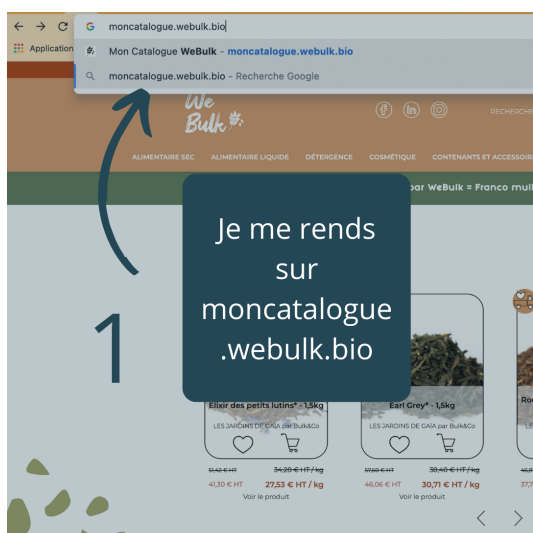
Nouvelle fonctionnalité sur WeBulk.bio :

le prix de vente conseillé

Nouveauté ! Nous proposons maintenant à nos marchands de renseigner le prix de vente conseillé pour leurs produits. Chers épiciers, vous le retrouverez dans l'onglet Infos Pratiques de vos pages produits.



Je suis marchand, voici comment ajouter mes prix de vente conseillés :



JE DONNE MON AVIS SUR CETTE FONCTIONNALITÉ

Nouvelle fonctionnalité sur WeBulk.bio :



voir cet e-mail dans votre navigateur

© 2021 WeBulk, Tous droits réservés.

You are receiving this email because you opted in via our website.

Notre adresse:

WeBulk
40 route de Vezelay
Bazarnes 89460
France

[Add us to your address book](#)

Envie de changement?

Vous pouvez modifier vos préférences ou vous désinscrire de cette liste.



Projets écologiques : grands groupes et start-up s'allient et montrent l'exemple

L'Occitane avec Jean Bouteille, Total avec Ombrea, ou L'Oréal avec Isahit : les partenariats montés par ces grands groupes avec des jeunes pousses ont permis de mener à bien des projets écologiques ou sociaux exemplaires. Ils sont distingués par un prix qui sera remis ce mardi soir.



Avec la start-up Ombrea, Total Energies a développé des panneaux solaires rétractables qui peuvent couvrir les surfaces cultivées et les protéger des intempéries. DR



Par Charlotte Robinet

Le 9 novembre 2021 à 08h14

Une fontaine de distribution de produits cosmétiques en vrac (L'Occitane), des panneaux photovoltaïques installés sur des terres agricoles (Total), ou une solution d'intelligence artificielle permettant l'inclusion de femmes défavorisées (L'Oréal). Le point commun entre les trois innovations écologiques ou sociales de ces grands groupes ? Elles ont toutes été développées... en collaboration avec des start-up. Une gageure au départ, tant les relations peuvent s'avérer délicates entre mastodontes et petits poucets.

S'abonner pour lire la suite

ou

Offre exclusive : -50% la première année

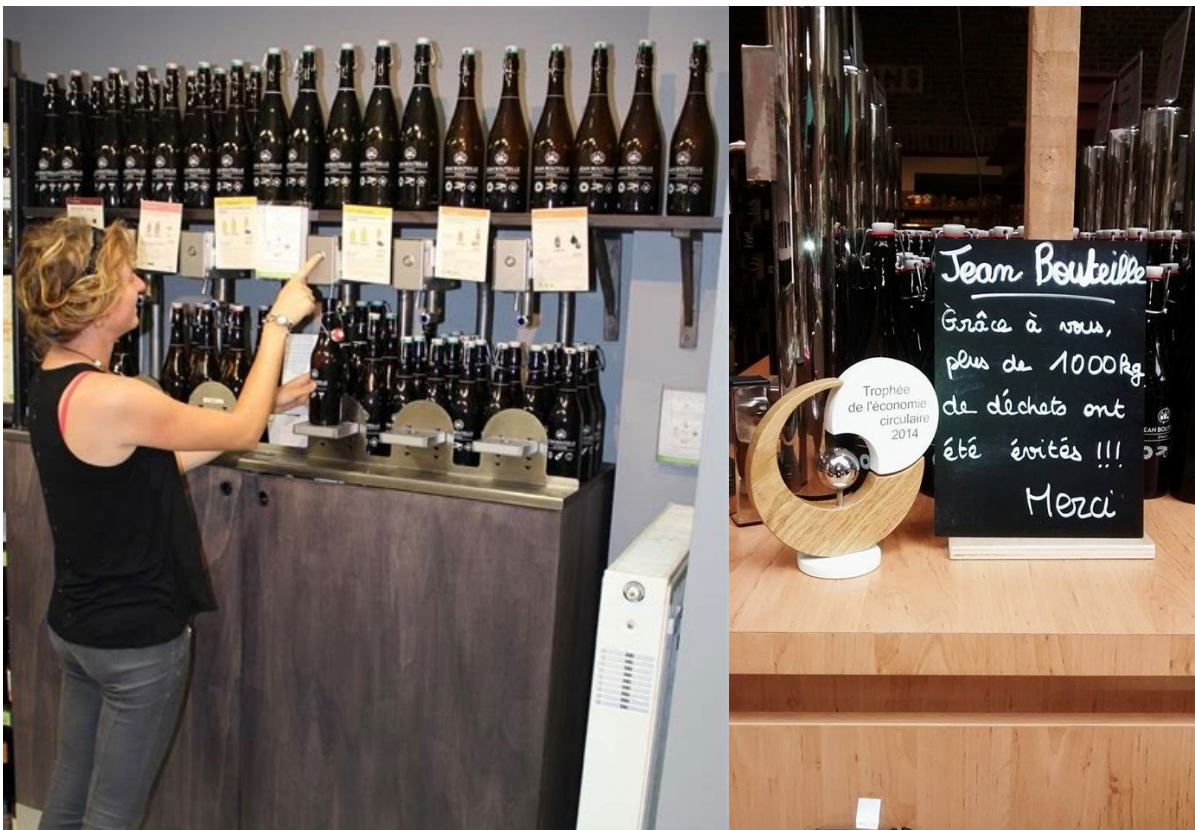
Valentin-Khanh-Tâm LAMBERT, diplômé de l'ESSEC et porteur d'un projet entrepreneurial dans la tech qui a pour objectif le développement d'un smartphone responsable tant sur le plan humain qu'environnemental.

J'ai choisi d'intégrer cette formation afin de soutenir le développement de mon entreprise en intégrant au plus tôt la dimension d'impact social au projet, tout en découvrant un secteur de l'économie innovant et dont les valeurs prennent toujours plus de place dans notre société.

JEAN BOUTEILLE, LA MARQUE SOCIETALE QUI VEUT SECOUER LA GRANDE DISTRIBUTION.

Par Valentin-Khanh-Tâm LAMBERT

Le 6 Septembre 2021 à 20h12



C'est avec seulement deux mots que Jean Bouteille présente ses valeurs : Zéro Déchet. Depuis 7 ans déjà, la marque cherche à ancrer le réemploi dans le quotidien des français.

C'est en 2014 que Jean Bouteille (en vérité Gérard Bellet) lance son projet ! L'idée est venue à Gérard quand celui-ci a voulu lancer une épicerie vrac mais ne trouvant pas de solutions pour les liquides et se retrouvant face au sombre constat du trop-plein de déchets qu'incarnent les bouteilles à usage unique, une idée a alors germé :

Associer la vente en vrac de liquides à la bouteille réutilisable et consignable.

Ainsi, le vrac et la consigne lui ont permis de transformer les modes de consommation des produits liquides en offrant la première alternative au modèle à usage unique. Le consommateur adopte une Jean Bouteille, pour la remplir du liquide de son choix dans un des nombreux points de vente partenaire et peut la réutiliser encore et encore pour lutter contre le tout jetable tout en consommant des produits locaux de la plus haute qualité. De plus, en accompagnant tous les acteurs de la distribution à la consommation dans leur transition zéro déchet (notamment avec la distribution de leurs fontaines responsables conçues et assemblées à Lille), l'entreprise s'est hissée en acteur incontournable de la consommation en vrac ces dernières années.

Partenaire Biocoop, membre fondateur du réseau vrac, co-créateur de We Bulk et lanceur du mouvement sauvons la bière pendant la pandémie de la Covid-19, l'entreprise s'engage et innove perpétuellement pour devenir « la marque des changements de pratiques pour les consommateurs. »

Agrémentée ESUS en 2018 et récompensée par de nombreux prix au fil des années (Prix Entreprise et Environnement 2017, European Business Award for the Environment, Médaille d'Or Natexpo 2021...), nous avons hâte de découvrir ce que l'avenir réserve pour Jean Bouteille, pour ce qui est de votre très cher blogueur, nul doute : c'est un projet à partager !



ABONNEZ-VOUS
**15 RENCONTRES
DE L'OFFICINE**



5, 6, 7 février 2022

Palais des Congrès · Paris

LA REVUE PHARMA.

[ACCUEIL](#) [ACTUALITÉS](#) [SOCIO-PRO](#) [THÉRA](#) [DOSSIERS](#) [FORMATION](#) [PHARMATV](#)

Vrac en pharmacie, phase 2 chez Mustela

À LA UNE , ACTUALITÉS

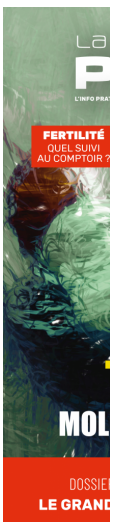
28 OCTOBRE 2021

Après une expérimentation lancée dans 2 pharmacies en 2020, Mustela élargit son offre de vrac en France, en proposant désormais 2 nouveaux produits : le gel lavant certifié bio et le gel lavant doux, délivrés dans des flacons en verre. Alors que le consommateur rapportait le contenant à son pharmacien après usage, il peut désormais le recharger lui-même, après un lavage soigneux et protocolisé, grâce à un point de recharge disposé dans les 20 pharmacies participantes.

Mustela a également travaillé sur la pompe de ces produits, changée à chaque utilisation. Pour Mathilde Sussan Depresle, associée en écoconception au sein de la coopérative MU, qui a travaillé avec Mustela sur ce projet, « l'offre devient vertueuse après 3 utilisations ». Une étude menée par la marque auprès de 300 familles a révélé qu'une majorité de consommateurs est prête à acheter du vrac en officine.



SEARCH HERE



Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site. Si vous continuez à utiliser ce dernier, nous considérerons que vous acceptez l'utilisation des cookies.

OK [En savoir plus](#)

URBAN LAB

PARIS&CO

Pour une ville circulaire !

6 défis de l'économie circulaire
pour des villes plus soutenables

CITEO

URBAN LAB
PARIS&CO

Jean Bouteille

Vente en vrac de liquide et réemploi d'emballages



Les contenants de Jean Bouteille ©Jean Bouteille / CAPITAL, 2018

Adoptée début 2020, la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire fixe un objectif de 5% d'emballages réemployés en 2023 (10 % d'emballages en 2027). Même s'il reste une niche, le marché du vrac est en forte croissance. La consommation en vrac est de plus en plus plébiscitée par les citoyens. Selon le cabinet Nielsen, 40% des français déclarent acheter en vrac (avant la crise sanitaire). Associer le vrac liquide et la bouteille réemployable et consignée, telle est l'ambition de l'entreprise Jean Bouteille créé en 2014 à Lille. Jean Bouteille propose aux magasins alimentaires des produits liquides biologiques (vins, huiles, vinaigres, spiritueux) et non alimentaires (gel douche, shampooing, lessive, etc), des équipements spécialisés pour la vente en vrac de produits liquides et des bouteilles en verre pour l'alimentaire et

des flacons réutilisables pour le reste. Les bouteilles en verre sont fermées par des bouchons mécaniques montés en ESAT (Etablissement et Service d'Aide par le Travail). Finaliste de Circular Challenge Citeo 2017, Jean Bouteille promeut un modèle de réemploi basé sur l'allongement de la durée de vie de l'emballage et souhaite offrir une alternative à l'usage unique. L'entreprise élargit régulièrement son offre de produits disponibles : ainsi depuis 2019, les équipements pour distribuer des produits gazeux - bière, cidre, kombucha - à partir d'un fût font partie de l'offre Jean Bouteille. Initiateur de la campagne #sauvonslabière lancée pendant la crise du covid 19 pour éviter le gaspillage des litres de bière non consommés, Jean Bouteille a adapté son équipement pour que les bars puissent vendre de la bière à emporter dans ses bouteilles en verre réutilisables.



« Agréé ESUS, Jean Bouteille est présent dans plus de 1 000 points de vente en France, notamment chez Franprix, Biocoop et E.Leclerc. En ce moment, Jean Bouteille cherche à trouver des solutions de distribution pour de nouveaux produits d'épicerie sucrée et salée comme la sauce tomate, la moutarde ou encore la pâte à tartiner. »

**Mathilde De Bortoli,
responsable catalogue produits et contenants
chez Jean Bouteille**

