

COMMENT LA CONSOMMATION EN VRAC INFLUENCE LES ESPACES DE VIE ?

FCBA accompagne l'innovation dans l'ameublement en observant l'évolution des comportements des consommateurs. Avec la loi Climat et Résilience, les **grandes surfaces** ($\geq 400 \text{ m}^2$) **devront proposer d'ici 2030 au moins 20 % de produits sans emballage**, dont le vrac. Ce changement fait émerger de **nouveaux besoins** d'aménagement, de stockage et de praticité. Cette infographie donne aux fabricants de produits d'ameublement des **repères pour concevoir des espaces adaptés**.

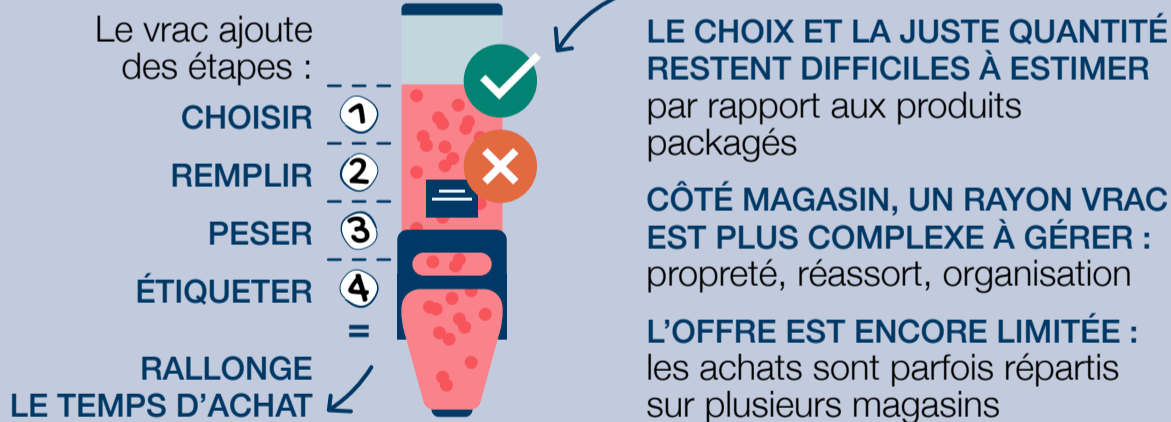
QU'EST-CE QUE LE VRAC ?



LES MOTIVATIONS DU CONSOMMATEUR



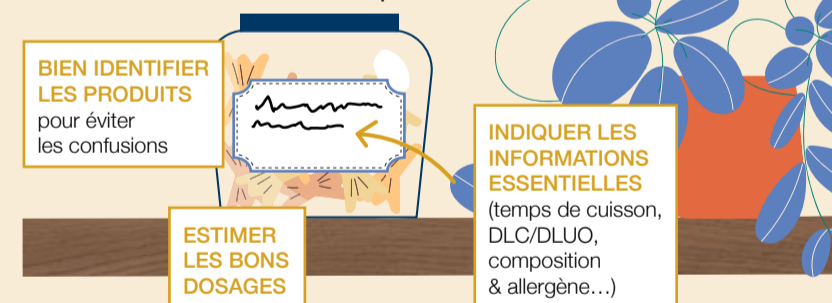
EN MAGASIN : UNE EXPÉRIENCE D'ACHAT DIFFÉRENTE MAIS ENCORE QUELQUES FREINS



À LA MAISON : UNE ORGANISATION À REPENSER

Avec les produits emballés, les repères sont immédiats (visuels, étiquettes, informations, rangement...).

Avec le vrac, ces repères disparaissent et tout est à réinventer pour :



EN CUISINE : LE VRAC POUR L'ESTHÉTISME

LE VRAC NE SE CACHE PLUS

Il s'affiche : étagères ouvertes, effet « épicerie ».

- Effet déco (étagères, plans de travail)
- Visibilité qui inspire et donne envie de consommer
- Accès rapide et pratique



CÔTÉ SALLE DE BAINS : LES PRODUITS ÉVOLUENT

SOLIDES ET RECHARGES BOUSCULENT L'ORGANISATION

Ils impliquent de repenser les équipements.

- Séchage des savons et shampoings solides indispensable entre deux usages
- Nouveaux contenants pour les dentifrices en pastilles, les déodorants en poudre, les recharges pour les produits liquides...



UNE OPPORTUNITÉ POUR LES FABRICANTS D'AMEUBLEMENT

LE VRAC S'INSCRIT DANS UNE ÉVOLUTION DURABLE DES MODES DE CONSOMMATION

En anticipant ces nouveaux usages, les professionnels de l'ameublement peuvent aider le vrac à trouver naturellement sa place dans nos maisons.

Pour aller plus loin, découvrez l'étude complète :

