

## Natexpo 2017

### Pré-Programme Forum Bio tendances

#### **Axe 1 : Tendances consommation (Bio Panel)**

##### ***Évolution du consommateur bio dans le temps***

Bio Panel, spécialiste de l'étude du consommateur achetant majoritairement en magasin bio, en partenariat avec Agoodforgood présentera les dernières tendances depuis 2012 sur son étude « *Qui est le consommateur bio et comment il a évolué dans le temps ?* ». Ainsi les attentes, les envies, les besoins seront décortiqués sur les nouveaux et les fidèles consommateurs des marques et linéaires du réseau spécialisé BIO français. Une présentation des principaux résultats sera faite en amont dans le n° 73 de septembre – octobre.

#### **Axe 2 : Tendances distribution (Sauveur Fernandez)**

##### ***Le Magasin Bio 3.0 de 2025 : nouvelles anticipations***

L'édition Natexpo 2015 a alerté sur les mutations profondes que doit affronter le magasin bio pour satisfaire la génération montante de nouveaux consom'acteurs et répondre à la vague montante des épiceries alternatives, du commerce digital et des initiatives de la grande distribution. Deux ans plus tard, où en est-on ? Ces anticipations se sont-elles réalisées ou amorcées ? Quelles sont les nouveautés à prendre en compte ? Un point complet sur la question.

#### **Axe 3 : Tendances « sociétale » (Sauveur Fernandez)**

##### ***Quand la bio transforme le monde : la venue du biosociétal***

Longtemps seule pour défendre l'environnement et une économie de sens pourvoyeuse de produits sains, la bio se voit stimulée aujourd'hui par de nouveaux concepts éthiques en pleine expansion qui, à terme deviendront incontournables pour les distributeurs et rendront le bio encore plus indispensable : citons la RSE, L'ESS, l'économie circulaire, la transition écologique, le gaspillage alimentaire, les monnaies locales... Une synthèse sera présentée avec les dernières avancées en cours.

#### **Axe 4 : Tendances marché bio à l'international : exemple de l'Allemagne (Ecozept) :**

##### ***Comment la distribution spécialisée bio allemande s'organise dans un environnement de plus en plus concurrentiel ?***

Après des années de croissance à deux chiffres, la distribution spécialisée Bio allemande se retrouve, depuis 2016, dans une phase de ralentissement de son chiffre d'affaires. Mais en regardant de plus près, certaines formules de distribution s'en sortent mieux que d'autres. ECOZEPT proposera une analyse qualitative de l'environnement concurrentiel: la concurrence avec d'autres circuits de distribution (GMS, discount, etc.) mais aussi les évolutions à l'intérieur de la distribution spécialisée Bio.

#### **Axe 5 : Tendances cosmétiques (Michel Knittel)**

##### ***Les certifications : un handicap pour les cosmétiques bio ?***

Depuis 15 ans, la croissance mondiale des cosmétiques naturels et bio a vu en parallèle l'apparition de nombreux cahiers des charges, au total plusieurs dizaines, plus ou moins concurrents. Conséquence : une avalanche de logos qui, de notoriété publique, perturbent plus les consommateurs qu'ils ne les aident. Même la certification internationale COSMOS a prévu de garder plusieurs logos. Sans parler des labels de qualité propres aux entreprises... De plus, on commence à voir des marques fondamentalement certifiables, mais qui ont fait le choix de ne pas se faire certifier. Un état des lieux sera fait, les participants étant invités à partager leur ressenti.

### ***Le marché des cosmétiques dans le circuit bio : les chiffres exclusifs 2017***

En septembre 2016, Bio Linéaires a publié les chiffres exclusifs des catégories de produits cosmétiques vendus en France dans le circuit spécialisé. Ces chiffres étaient issus d'une analyse des ventes réellement facturées en caisse, référence par référence, grâce à un partenariat inédit avec un panel de magasins représentatifs. Ils ont permis pour la première fois d'avoir une image précise de ce que les consommateurs achètent concrètement dans le réseau bio français. Les chiffres actualisés seront présentés, avec un focus sur la catégorie reine, les soins du visage...