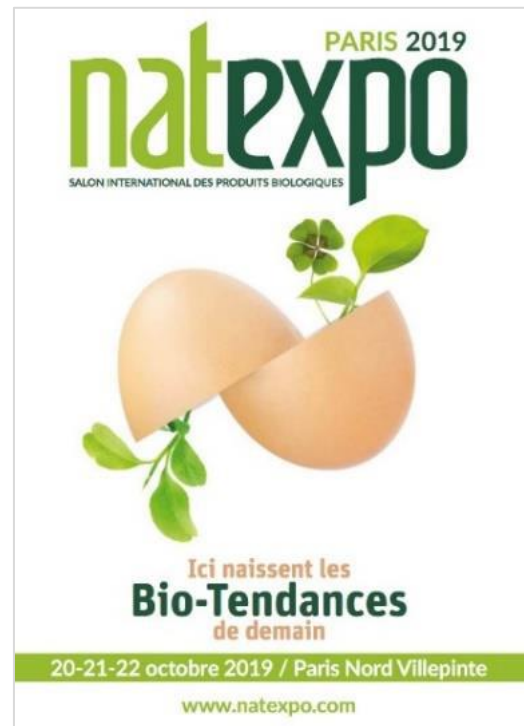


NATEXPO : TOUTES LES NOUVELLES TENDANCES DE L'UNIVERS BIO RÉUNIES À PARIS LES 20-21-22 OCTOBRE 2019

NATEXPO, l'incontournable rendez-vous français de tous les professionnels de la bio fait son grand retour au Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte les 20-21-22 octobre prochain. Le salon, désormais annualisé, attend plus de 15 000 visiteurs avec 1 000 exposants représentant une vingtaine de pays, pour une édition 2019 de tous les records. Véritable reflet de la diversité et de l'exceptionnelle vitalité du marché bio, NATEXPO est le seul salon B2B offrant une vision à 360° de l'offre. Il s'inscrit dans le puissant dynamisme du marché bio, en particulier marqué par l'essor sans précédent de l'alimentation bio. En France, les achats de produits alimentaires bio ont en effet atteint un record de 9,7 milliards d'euros en 2018, +15% par rapport à 2017.



Toute la bio de demain à NATEXPO 2019

Avec 500 nouveaux exposants qui n'ont jamais participé à l'événement, NATEXPO fait la part belle aux innovations et aux nouveautés du marché. Cette édition représente l'occasion d'avoir un panorama complet de toutes les nouvelles tendances de la bio : transparence, anti-gaspi, plaisir, technologie, ... NATEXPO constitue le moyen exceptionnel de découvrir, en un seul lieu, toute l'actualité de la bio française et internationale dans 6 secteurs clés :

- Alimentation bio,
- Ingrédients et Matières premières,
- Cosmétiques et Hygiène,
- Diététique et Compléments alimentaires,
- Produits et Services pour la maison et la personne,
- Services et Équipements pour le magasin.



3 jours de découvertes et d'échanges

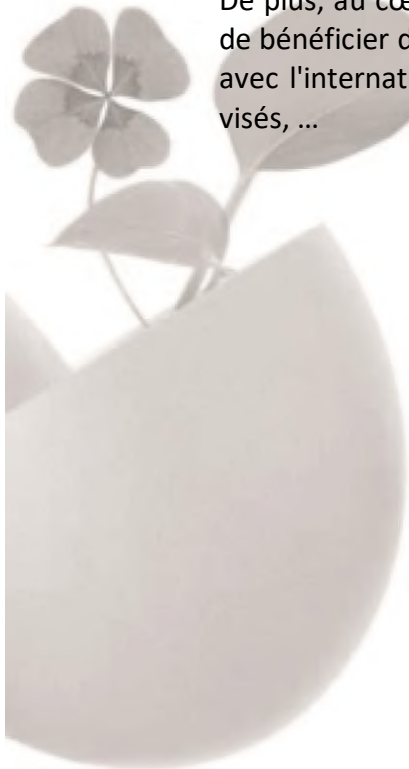
Au plus près des attentes des professionnels, NATEXPO est un lieu privilégié de rencontres pour permettre aux marques, aux acheteurs et aux décideurs d'échanger et de développer leurs activités bio. Durant 3 jours, le salon propose des animations, des conseils, des conférences pour tout connaître de l'actualité de la bio en France et dans le monde. Conçu pour faciliter la vie des professionnels et leur permettre de développer leurs affaires, le salon propose des parcours thématiques, dont le nouveau parcours "Surgelés", aux côtés des parcours "Restauration Bio", "MDD Bio", "Sans gluten" et "Vegan".

Trophées NATEXPO 2019 : les meilleures innovations bio récompensées

Remis officiellement durant le salon, les Trophées NATEXPO 2019 reflètent la très forte capacité d'innovation des entreprises évoluant dans le secteur bio. Cette année, le concours a enregistré plus de 250 dossiers de candidature. Le jury a récompensé 14 innovations dans 7 catégories distinctes : produits frais, épicerie, boissons, diététique, compléments alimentaires, cosmétique & hygiène de la personne, produits & services pour la maison et la personne.

Une vocation internationale renforcée

NATEXPO 2019 accueille de nombreux exposants internationaux qui représentent désormais 25 % de la surface du salon. Par rapport à la précédente édition parisienne de 2017, leur nombre a augmenté de +45 % et une vingtaine de pays sont désormais représentés. Du côté des visiteurs, NATEXPO s'attend à recevoir les représentants de 75 pays. Le salon représente ainsi l'occasion de faire un véritable tour d'horizon de la bio dans le monde et de s'intéresser à de nouveaux circuits de distribution à l'international. De plus, au cœur du salon, l'espace "Import / Export Office" permet aux professionnels de bénéficier de conseils d'experts sur les leviers à activer pour développer les échanges avec l'international : réglementations, packagings, certifications, attentes des marchés visés, ...



natexpo 2019 CARTE D'IDENTITÉ



20-21-22

octobre
2019



Parc des Expositions
Paris Nord Villepinte
Hall 7



+ 1 000
exposants

500
nouveaux
exposants

31 500 m²



20 pays

8 régions

www.natexpo.com



@natexpo

6
secteurs
représentés

- alimentation et vins bio
- cosmétiques et hygiène bio
- diététique et compléments alimentaires
- ingrédients et matières premières
- produits et services pour la maison et la personne
- services et équipements pour le magasin

Un salon de Natexbio organisé par SPAS Organisation

SOMMAIRE

NATEXPO 2019 : 4 PÔLES pour explorer le bio

En un coup d'œil : le plan du salon	p.6
Alimentation et vins bio : la cuisine a tout bio !	p.7
Cosmétiques et hygiène : bio de la tête aux pieds	p.8
Diététique et compléments alimentaires : un pôle vitaminé	p.9
Ingrédients et matières premières : les bonnes bases de la bio	p.10

Toujours plus de bio avec des espaces complémentaires

Services et produits dédiés à la maison et à la personne : pour un univers encore plus bio	p.13
Services et équipements pour le magasin : tout pour développer les ventes bio	p.13
Le « Lab » : les start-up de l'économie circulaire	p.14
La Pépinière Bio : l'espace dédié aux pme de la bio	p.15
Le Village Innovation Cosmétiques : le tremplin des petites entreprises	p.15

Un programme d'animations complet : les meilleurs experts du bio mobilisés

Le forum NATEXBIO : l'actualité du secteur bio	p.17
Le forum des bio-tendances : un espace d'échanges avec des experts métiers	p.17
Le forum innovations cosmétiques : bien-être et beauté à l'honneur	p.17
Le forum des compléments alimentaires : pour tout connaître de la filière	p.18
Les régions ont la parole : la vitalité bio des territoires à l'honneur	p.19
Retail expert : un espace dédié aux créateurs et dirigeants de magasins bio	p.19
Le forum des enseignes bio : zoom sur les enjeux de la distribution	p.19
Le forum des ingrédients bio : la sécurisation des approvisionnements en question	p.19
La galerie des nouveautés : tous les nouveaux produits en un coup d'œil	p.20
L'atelier cuisine : la bio comme des chefs !	p.20
Import / Export Office : objectif international	p.21
Forum Structuration des Filières de l'Agence Bio	p.21

Les innovations au cœur de la Bio :

Zoom sur les nouvelles tendances du secteur

Macro-tendance 1 : l'engagement augmente : #green giant	p.24
Macro-tendance 2 : le système subzero, vers une économie circulaire	p.26
Macro-tendance 3 : le green fun, nouvel hedonisme #healthionism	p.32
Macro-tendance 4 : le boom des biotech	P.36

TROPHÉES NATEXPO 2019 :

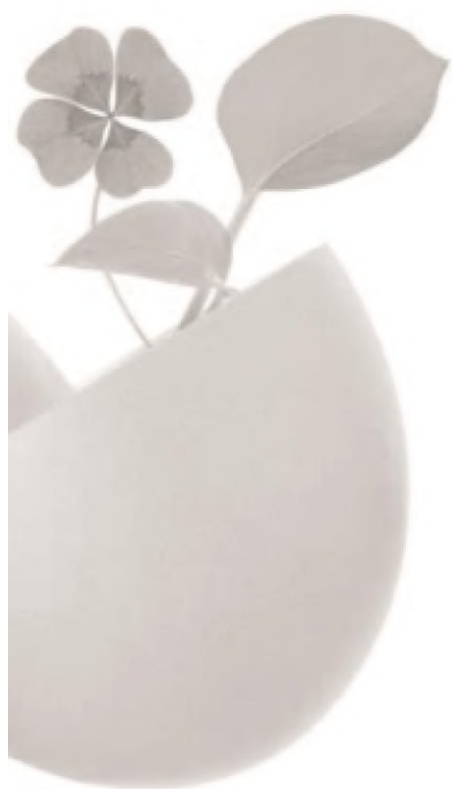
LES MEILLEURES INNOVATIONS BIO RÉCOMPENSÉES

1 Produits frais	p.42
2 Produits d'épicerie	p.43
3 Boissons	p.44
4 Produits diététiques	p.45
5 Compléments alimentaires	p.46
6 Cosmétiques et hygiène	P.47
7 Produits et services pour la maison et la personne	p.48

NATEXBIO : 3 000 ENTREPRISES MOTEURS DE LA CROISSANCE BIO	p.49
--	------

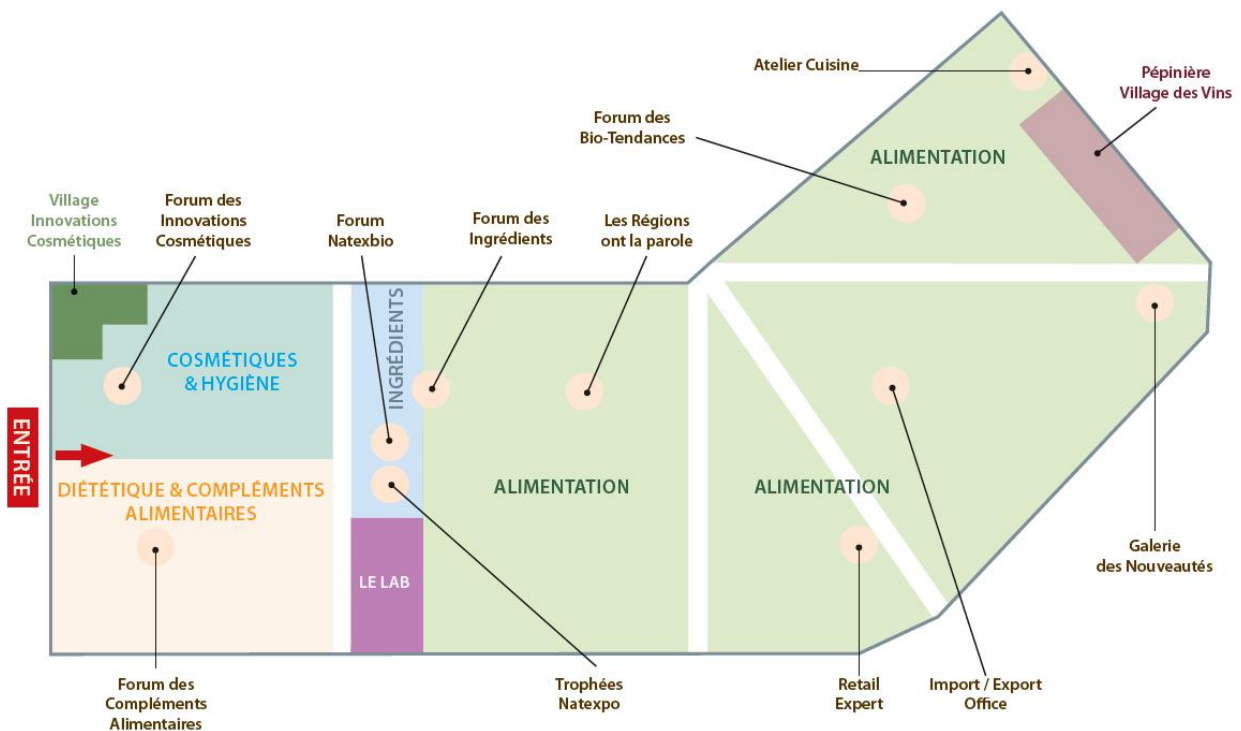
SPAS ORGANISATION	p.51
--------------------------	------

4 PÔLES POUR EXPLORER LE BIO



EN UN COUP D'ŒIL : LE PLAN DU SALON

Plus de 1000 exposants sont attendus à NATEXPO Paris sur 6 secteurs clés : Alimentation bio, Ingrédients et Matières premières, Cosmétiques et Hygiène, Diététique et Compléments alimentaires, Produits et Services pour la maison et la personne, Services et Équipements pour le magasin.



5 parcours thématiques

Pour faciliter la découverte des visiteurs et optimiser les visites des professionnels selon leurs centres d'intérêts, NATEXPO propose cinq parcours thématiques.

- Le « Parcours Restauration Bio »
- Le « Parcours MDD Bio » (Marque De Distributeur)
- Le « Parcours Sans Gluten »
- Le « Parcours Vegan »
- Nouveau en 2019 – Le « Parcours Surgelés »

ALIMENTATION : LA CUISINE A TOUT BIO !

Le pôle consacré à l'alimentation bio est le plus important de NATEXPO. Avec plus de 600 exposants pour son édition 2019, c'est la plus grosse concentration de l'offre alimentaire bio pour tous les professionnels du secteur. Son importance reflète le dynamisme du marché en France comme à l'international. Dans le monde, le marché des produits biologiques a presque quadruplé en 10 ans, atteignant plus de 80,2 milliards d'euros en 2015.

En France, le marché alimentaire bio connaît également un succès spectaculaire. En 2018, il a atteint 9,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit +15,7 % vs 2017, ce qui représente un bond de 1,4 milliard d'euros en seulement 1 an. Désormais, près de 5 % de la consommation alimentaire des ménages concerne les produits bio.

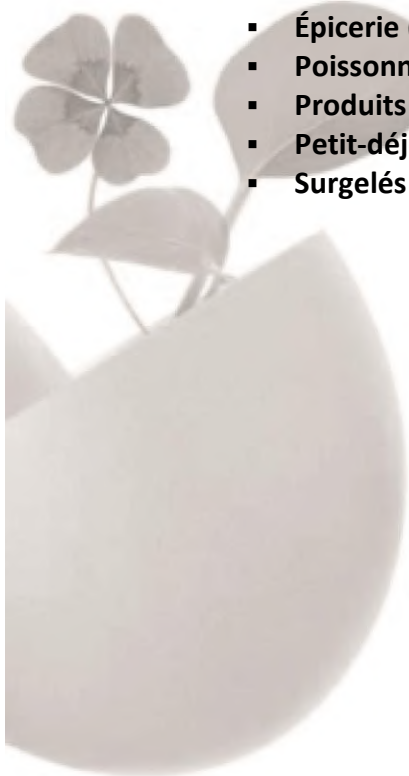
En 2018, plus de 9 Français sur 10 en ont consommé au moins occasionnellement et près des 3/4 consomment bio régulièrement – au moins une fois par mois.

Source : Agence Bio

Tous les secteurs de l'alimentation bio représentés

Les professionnels présents sur le pôle couvrent toutes les catégories de produits alimentaires :

- **Boissons** (eaux, alcools, jus de fruits, sodas...)
- **Boucherie** (viandes, volailles...)
- **Boulangerie** (crêpes, pains, pâtisseries, viennoiseries...)
- **Crèmerie** (beurres, fromages, laits, œufs, laitages...)
- **Épicerie** (céréales, épices, huiles...)
- **Poissonnerie** (coquillages, crustacés, poissons)
- **Produits frais** (fruits, légumes...)
- **Petit-déjeuner** (gâteaux, confiseries, cafés, thés...)
- **Surgelés** (glaces...)



COSMÉTIQUES ET HYGIÈNE : BIO DE LA TÊTE AUX PIEDS !

En phase avec les envies de beauté au naturel et de bien-être des consommateurs, les cosmétiques bio enregistrent de belles performances. Les gammes se sont étoffées, la distribution s'est élargie et les consommateurs ont confirmé leur envie de produits plus responsables. En 2017, le chiffre d'affaires généré par la cosmétique bio est estimé à 480 millions d'euros, ce qui représente une croissance autour de 10% par rapport à 2016.

En France, les produits cosmétiques bio et naturels empruntent différents circuits de distribution. Ils sont vendus à :

- 25% en magasins spécialisés bio
- 22% en parapharmacie / pharmacie
- 22% sur internet
- 11% en instituts
- 5% en GMS

Les achats de produits cosmétiques bio et naturels sont majoritairement représentés en France par des produits de soin. Les acheteurs de cosmétique bio achètent principalement :

- 82% de soins visage
- 80% de produits capillaires
- 77% de soins corps
- 76% de produits d'hygiène
- 59% de maquillage
- 45% de massage et détente
- 34% de produits de parfumerie

Source : Cosmébio.

Toutes les catégories de produits d'hygiène et cosmétique représentées

Les exposants français et internationaux présents sur le pôle cosmétiques et hygiène bio proposeront une grande diversité de produits :

- Crèmes, gels, huiles et laits corporels
- Produits de manucure, maquillage, pédicure, rasage
- Savons, shampoings, parfums...

Forum Innovations Cosmétiques

3 jours d'animations

En partenariat avec Cosmébio^{®1}, association professionnelle de cosmétique écologique et biologique, NATEXPO propose un espace entièrement dédié à la beauté et au bien-être au sein même du pôle Cosmétiques et Hygiène. Il regroupe toutes les animations réalisées autour des innovations cosmétiques des exposants.

L'occasion de découvrir les nouveautés et les marques niches de cosmétiques naturels et bio. Cosmebio[®] propose des animations sur les produits tendances et innovants. Tout au long du salon, les visiteurs pourront tester des produits, venir écouter les marques présenter leurs nouveautés et se faire chouchouter...



Association Professionnelle
de Cosmétique Ecologique et Biologique

¹ COSMEBIO est une Association professionnelle de la cosmétique naturelle, écologique et biologique. Elle œuvre en faveur du développement d'une cosmétique naturelle et écologique basée sur des produits issus de la chimie verte et de l'agriculture biologique

DIÉTÉTIQUE ET COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES : UN PÔLE VITAMINÉ !

En 2019, le pôle « Diététique et compléments alimentaires » accueille plus de 100 entreprises de fabrication de produits diététiques et de compléments alimentaires : produits de régime, pour la peau, le tonus, etc., ainsi que les ingrédients entrant dans la composition de ces produits. En phase avec les envies de beauté au naturel et de bien-être des consommateurs, les compléments alimentaires en France représentent un marché de plus de 1,8 milliard d'euros (2017) en croissance de +5,8% en 1 an. Un dynamisme qui se concrétise à NATEXPO avec une participation en hausse de ces fournisseurs.

Les canaux de distribution

- 51% en pharmacie
- 17% en ventes directes / VPC
- 15% en magasins bio/diététique
- 11% en GMS
- 6% en parapharmacie

Les principaux segments de marché en pharmacie

- tonus, défenses immunitaires : 27%
- bien-être, sommeil : 25%
- minceur, beauté, solaire : 21%

Source : Synadiet.

Forum des Compléments alimentaires : toute l'actualité du secteur à portée de main

Le syndicat national des compléments alimentaires, **Synadiet**, présent à NATEXPO 2019, animera le Forum des Compléments alimentaires. Cet espace d'information aborde aussi bien les aspects réglementaires que les tendances du marché des compléments alimentaires, les ingrédients à la mode ou encore les précautions d'emploi des huiles essentielles.

Lieu d'innovation et d'information, il permet aux acheteurs et vendeurs du secteur de développer leur business et leurs compétences.

À travers des mini-conférences, cet espace s'appuie sur le conseil, l'information et la formation des visiteurs sur des sujets divers tels que les conseils nutritionnels à apporter aux personnes ayant des régimes alimentaires particuliers (végétariens, végétaliens, sportifs, seniors, femmes enceintes, régimes amincissants ou sans gluten...), les plantes à utiliser pour le bien-être au quotidien, la réglementation spécifique aux compléments alimentaires à base de plantes...

En plus de la découverte des plantes et des parties utilisées dans les compléments alimentaires, SYNADIET présentera leur histoire et leur usage traditionnel séculaire dans plusieurs parties du monde.



Syndicat National des Compléments Alimentaires

INGRÉDIENTS ET MATIÈRES PREMIÈRES : LES BONNES BASES DE LA BIO

NATEXPO reconduit pour la 3^e fois son pôle « Ingrédients et matières premières », qui rencontre un franc succès depuis ses débuts. Ce pôle permet de rencontrer les professionnels à la base de la fabrication des produits bio alimentaires, des cosmétiques et des complémentaires alimentaires.

Au travers d'une offre complète de stands, de rencontres d'affaires et de conférences, NATEXPO offre à ses exposants et à ses visiteurs transformateurs l'opportunité d'avancer sur deux enjeux majeurs : l'approvisionnement et l'innovation.



© Nicolas Rodet

L'approvisionnement : une question stratégique face à la hausse de la demande

La recherche d'ingrédients constitue un vrai défi à relever pour les acteurs de la filière bio en Europe. Avec une consommation de produits biologiques en forte croissance, la question du sourcing devient stratégique pour l'ensemble des intervenants, que ce soit dans la recherche de nouveaux fournisseurs, le renforcement des relations existantes avec les partenaires ou la constitution de filières locales/nationales... Le pôle ingrédients et matières premières proposé à NATEXPO permet aux visiteurs de nouer de nouveaux contacts pour consolider leurs approvisionnements.

L'innovation : au cœur du développement bio

Les matières premières et les ingrédients bio sont au cœur de l'innovation et de l'émergence des tendances bio. Ce sont les moteurs du dynamisme d'une filière qui, depuis des décennies, joue un rôle d'incubateur et de diffuseur de nouveautés qui gagnent souvent l'univers conventionnel : grenade, aloe vera, baie de goji... NATEXPO offre l'opportunité de rencontrer les acteurs de toutes les nouvelles tendances du secteur bio, liées aux protéines « alternatives », au sans allergène, aux supers aliments, aux aliments et ingrédients fermentés, aux arômes biologiques, ainsi qu'au commerce équitable, à la traçabilité des origines ou encore à la constitution de filières.

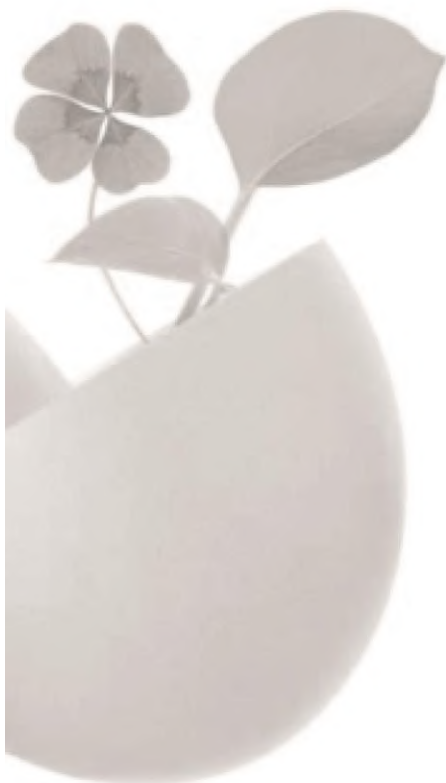
Une large diversité de produits présentés sur le pôle

- Additifs / ingrédients fonctionnels
- Arômes
- Avants-produits de pâtisserie, biscuiterie, panification
- Cacao, café, thé
- Céréales, riz, pâtes
- Extraits végétaux
- Graines, oléagineux et légumineuses
- Herbes, épices et aromates
- Ingrédients nutrifonctionnels
- Matières grasses et huiles végétales
- Ovoproduits
- PAI* fruits
- PAI* légumes et champignons
- PAI* ingrédients carnés
- PAI* ingrédients laitiers
- PAI* ingrédients marins
- PAI* fruits à coque
- PAI* liquides et pour boissons
- Plantes aromatiques et médicinales
- Préparations et inclusions sucrées
- Sauces, condiments et assaisonnements
- Sucres, miels et autres produits sucrants

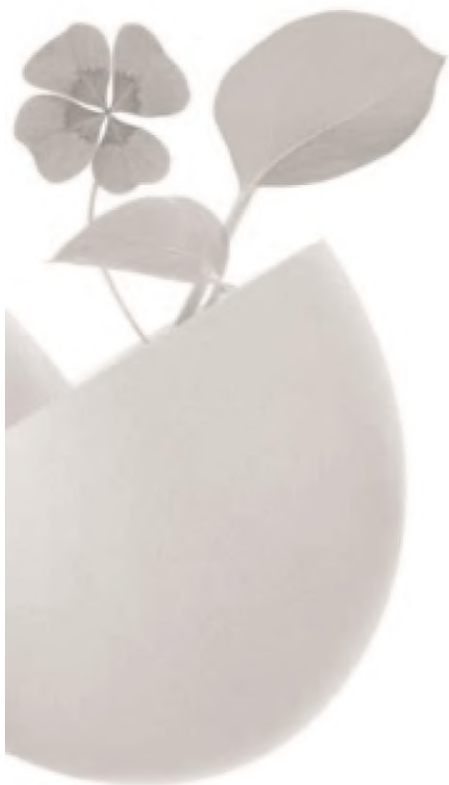
*(Produits Alimentaires Intermédiaires)

Forum des ingrédients Bio, zoom sur les enjeux de l'amont de la filière bio

Au centre du pôle Ingrédients et matières premières se tient le Forum des ingrédients Bio. Autour d'experts, de producteurs et de transformateurs seront abordés les principaux enjeux de l'amont de la filière bio.



TOUJOURS PLUS DE BIO AVEC DES ESPACES COMPLÉMENTAIRES



SERVICES ET PRODUITS DÉDIÉS À LA MAISON ET À LA PERSONNE : POUR UN UNIVERS ENCORE PLUS BIO

L'univers « Produits et services pour la maison et la personne », intégré au sein des pôles Alimentation et Vins bio et Cosmétiques et Hygiène, propose une grande diversité de produits écologiques pour la maison et la personne.

Deux grandes catégories de produits présentés

- Produits pour la personne : vêtements, chaussures, maroquinerie, jeux et jouets pour enfants...
- Produits pour la maison : éclairage, matériaux de construction et de décoration, literie, linge de maison, mobilier, papeterie, peinture, produits d'entretien, de bricolage, de jardinage...

SERVICES ET ÉQUIPEMENTS POUR LE MAGASIN : TOUT POUR DÉVELOPPER LES VENTES BIO

Aujourd'hui, les magasins spécialisés bio sont environ 2 700 en France. Ils ont réalisé un chiffre d'affaires de plus de 3 milliards d'euros en 2018, en hausse de +7,7% par rapport à 2017. Beaucoup moins nombreux que les grandes surfaces alimentaires généralistes, ils réussissent à enregistrer 34% des ventes bio effectuées auprès des Français pour leur consommation à domicile. NATEXPO leur propose une zone dédiée aux services et aux équipements permettant de poursuivre le développement de leurs ventes. Toute l'offre en équipement, services, e-commerce, logistique, packaging et formation pour les points de vente est ainsi intégrée au secteur Alimentation et Vins Bio.

Entre valeurs fondamentales et nouvelles technologies

Des initiatives émergent dans la distribution de produits biologiques en Europe : vente en ligne, m-commerce, vrac, distribution automatique, magasins de producteurs, magasins sans emballage, snacking...

L'intérieur du magasin, lui aussi, s'adapte à ces évolutions de consommation tout en conservant un ADN propre, développant ainsi un modèle atypique mêlant lieu de vie, espace de conseil et plate-forme connectée.

Ces évolutions illustrent l'avènement d'un modèle de distribution cherchant sa voie entre une bio « traditionnelle » et une bio de « masse ».

Des produits et services pour un chiffre d'affaires additionnel

Les exposants de l'espace « Services et équipements pour le magasin » propose de nombreux moyens de développer les ventes de produits bio :

- Agencement
- Agences de communication
- Agences / cabinets de conseils
- Applications pour mobile
- Architecture intérieure
- Bornes interactives
- Caisses et TPV
- Data / traitement
- Décoration / ambiance
- E-commerce
- Écrans / Tables tactiles
- Enseignes / signalétique
- Équipements pour click and collect
- Équipements pour distribution automatique
- Équipements pour drive
- Équipements spécialisés pour le commerce de détail
- Étiquetage / codage
- Façonnage
- Formation
- Logistique
- M-commerce
- Matériels de cuisine
- Meubles de froid
- Mobilier / Vitrines
- Monétique / paiement sans contact
- Pesage
- Rayonnage
- Relation client – CRM
- Mobilier interactif

LE « LAB » : COUP DE PROJECTEUR SUR L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Le « Lab » est un espace d'exposition et de pitches dédié aux start-ups de l'économie circulaire et des éco-innovations technologiques. Natexpo offre ainsi l'opportunité à des start-ups de mettre en lumière leurs démarches et produits innovants, pouvant apporter cette valeur ajoutée à la filière bio et à ses consommateurs, et accompagner marques et industriels dans leur stratégie RSE et RSM.

En effet, le marché bio est en pleine explosion. Les clients sont de plus en plus concernés par une consommation de produits sains, bons et de proximité. Et, au-delà du produit consommé, ils sont aussi très sensibles aux initiatives écologiques, aux démarches éco-responsables, à l'engagement des entreprises à qui ils accordent leur confiance. Le zéro gâchis, l'économie circulaire, les éco-innovations technologiques sont des sujets majeurs pour le circuit B2B2C – à fortiori pour tous les acteurs de la chaîne de valeur du bio.

LA PÉPINIÈRE BIO : L'ESPACE DÉDIÉ AUX PME DE LA BIO

La Pépinière Bio est un espace dédié aux TPE/PME de la Bio. Tel un tremplin, le Pépinière Bio permet aux entreprises, de petites tailles, d'être présentes à NATEXPO grâce à des conditions de participation privilégiées.

Cet espace est un accompagnement au développement de ces TPE/PME qui sont l'essence même de la filière biologique.



© Faust Favart

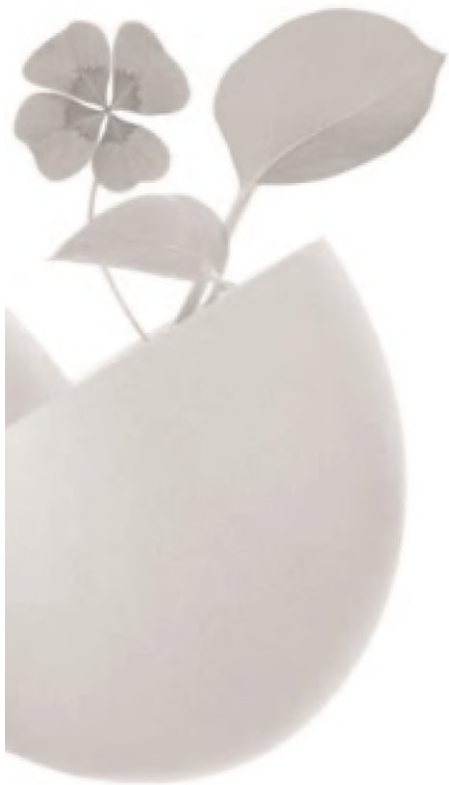
LE VILLAGE INNOVATIONS COSMÉTIQUES

LE TREMPLIN DES PETITES ENTREPRISES

Le Village Innovations Cosmétiques est un espace qui regroupe des stands et des animations réalisés autour des innovations cosmétiques.

Accueillant de jeunes entreprises proposant des gammes cosmétiques créatives et innovantes, ce village est une porte d'entrée pour elles sur le marché, grâce à des conditions de participation privilégiées.

**UN PROGRAMME
D'ANIMATIONS COMPLET :
LES MEILLEURS EXPERTS
DU BIO MOBILISÉS**



Le Forum Natexbio

L'actualité du secteur bio

À travers des **mini-conférences** organisées par NATEXBIO, la fédération des transformateurs et distributeurs bio, ce forum permet de faire un point économique et statistique sur le marché de la bio et ses potentiels. De nombreux thèmes seront abordés sur les trois jours de salon.



Le Forum des Bio-Tendances

Un espace pour échanger avec des experts métier

Le Forum des Bio Tendances, organisé en partenariat avec BioLinéaires, présente un programme de mini-conférences, basé sur des échanges entre professionnels. C'est un espace de discussion avec des experts métiers sur des thèmes clés pour les magasins bio.



Forum Innovations Cosmétiques

Bien-être et beauté à l'honneur !

En partenariat avec Cosmebio®, association professionnelle de cosmétique écologique et biologique, ce forum regroupe toutes les animations réalisées autour des innovations cosmétiques des exposants. Les professionnels du secteur seront ainsi invités à assister à des **conférences** animées par Cosmébio® et sa filiale de certification COSMECERT et pourront également participer à des **ateliers**, tester les produits, se faire chouchouter, etc.



Le Forum des Compléments Alimentaires Pour tout connaître de la filière

Cet espace réalisé en partenariat avec Synadiet s'appuie sur le conseil, la formation et sur la découverte de produits avec des corners permettant aux visiteurs d'explorer l'ensemble de la filière, du produit brut au produit fini.

Lieu d'innovation et d'information, il permet aux acheteurs et vendeurs du secteur de se mettre à jour des dernières actualités du secteur et de développer leur business et leurs compétences.

À travers une quinzaine de mini-conférences, cet espace s'appuie sur le conseil, l'information et la formation des visiteurs sur des sujets divers tels que les conseils nutritionnels à apporter aux personnes ayant des régimes alimentaires particuliers (végétariens, végétaliens, sportifs, seniors, femmes enceintes, régimes amincissants ou sans gluten...), les plantes à utiliser pour le bien-être au quotidien, la réglementation spécifique aux compléments alimentaires à base de plantes...

En plus de la découverte des plantes et des parties utilisées dans les compléments alimentaires, SYNADIET présente leur histoire et leur usage traditionnel séculaire dans plusieurs parties du monde.



Syndicat National des Compléments Alimentaires



© Natexpo



« Retail Expert »

Un espace dédié aux créateurs de magasins bio

En collaboration avec Synadis Bio, NATEXPO propose à ses visiteurs désireux d'ouvrir un point de vente bio de bénéficier d'informations et de conseils sur la distribution pour accompagner leur démarche. Il faut en effet savoir qu'en France, plus 5 nouveaux magasins bio en moyenne, ont ouvert chaque semaine de l'année 2018. Le nombre de magasins spécialisés bio est de l'ordre de 2 700. Avec cet espace de speed-dating, les futurs créateurs de magasins bio pourront récolter de précieux conseils d'experts de la distribution pour lancer leur activité : certification, financement, merchandising...

Le Forum des Enseignes bio

Zoom sur les enjeux de la distribution

Sur le même espace, une table ronde ouverte aux distributeurs spécialisés et grossistes pour évoquer les enjeux de la distribution.

« Les régions ont la parole »

La vitalité bio des territoires à l'honneur

À Lyon l'an passé, NATEXPO a ouvert un espace dédié aux acteurs des différentes régions de France qui font le bio au quotidien qu'il prolonge à Paris cette année. Les clusters régionaux présenteront leurs projets et savoir-faire aux visiteurs lors d'échanges privilégiés et de conférences.

Les Régions ont la parole est un espace ouvert aux clusters régionaux. Il s'agit d'un espace d'expression et un cycle de conférences qui donnera la parole aux régions.

Le Forum des ingrédients bio

La sécurisation des approvisionnements en question

Le Forum des ingrédients biologiques se tiendra au cœur du pôle « Ingrédients et Matières premières » du salon.

Un panel d'experts et d'acteurs du bio échangera tout au long du salon autour des tendances et des enjeux de la filière bio : *approvisionnement, qualité, innovation, réglementation et valorisation des ressources*.

La sécurisation des approvisionnements en qualité et quantité est en effet un enjeu clé pour de nombreuses entreprises du secteur biologique.



La Galerie des Nouveautés

Tous les nouveaux produits en un coup d'œil

La Galerie des Nouveautés est un espace stratégique. Les visiteurs y découvrent en exclusivité les innovations des exposants. En 2019, près de 200 nouveaux produits sont présentés.



© Natexpo

L'Atelier Cuisine

La bio comme des chefs !



© Collectif Faust Favart

Espace de création et d'expression de chefs de tables prestigieuses, l'Atelier Cuisine est le laboratoire d'une cuisine vraie et saine, au sein du pôle Alimentation et ouvert sur les allées du salon. Les visiteurs de Natexpo seront invités à déguster les préparations réalisées avec les produits innovants des exposants.

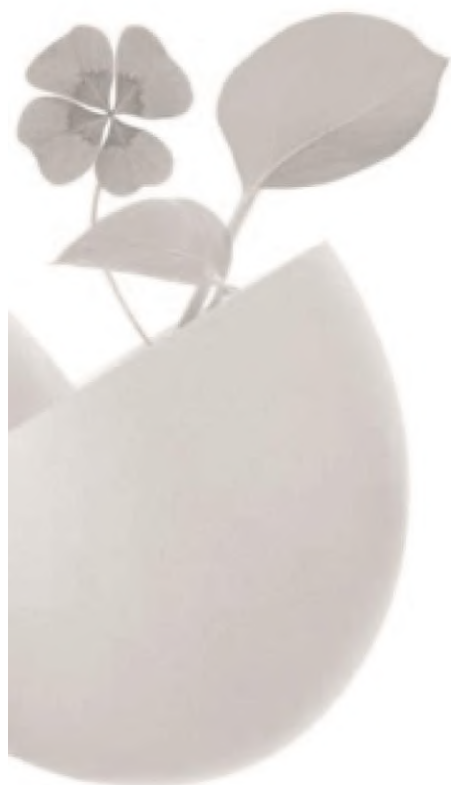
Import/Export Office

Objectif international

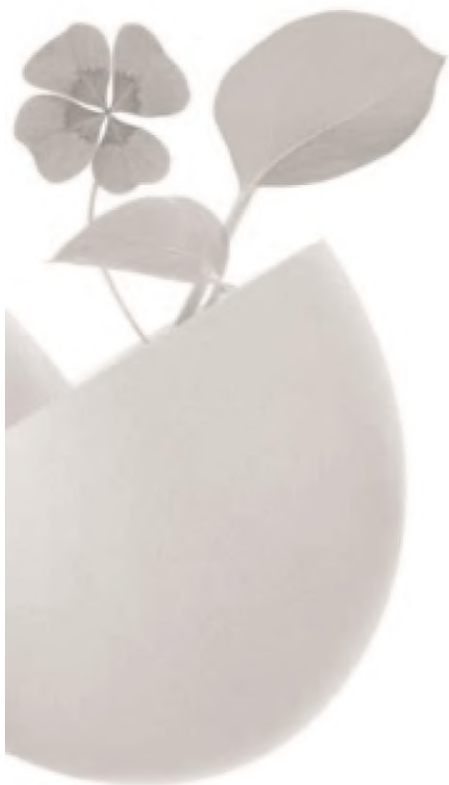
Espace conseil pour activer les bons leviers à l'import et à l'export : régulations, packagings, certifications, attentes des marchés visés, ...

Forum Structuration des Filières de l'Agence Bio

Le Forum Structuration des Filières de l'Agence Bio s'adresse aux producteurs, transformateurs ou distributeurs qui souhaitent investir dans un projet de filières bio (regroupement de plusieurs opérateurs bio amont/aval). Le 22 octobre, l'équipe de l'Agence BIO les invite au forum structuration des filières pour répondre à leurs questions, évaluer les différentes possibilités de financement public et privé de leur projet et les mettre en relation avec les financeurs adaptés.



LES INNOVATIONS AU CŒUR DE LA BIO : ZOOM SUR LES NOUVELLES TENDANCES DU SECTEUR



« Et si le Bio devenait un « non label » et le process normal de fabrication du monde de demain dans un monde où la transparence produit devient la norme ? » Alexis de Prevoisin, fondateur de retail-demain.com

Le bio français au beau fixe

« 2018 a été une année record pour le bio » F. Guhl, directeur de l'Agence Bio.

Des ventes de bio qui atteignent les **9,7 milliards d'euros**, (+15,4 %), avec l'ensemble des familles de produits en croissance grâce aux efforts déployés par la distribution et les industriels pour monter des filières et sécuriser les approvisionnements.

Mieux encore, le marché des cosmétiques bio va passer de 520M à 760M€ en 2022, pour représenter 8% du marché, avec une croissance de 5,5 % par anⁱ, selon Groupe Xerfi.

Un accès amplifié

La grande distribution s'est pleinement positionnée depuis 2018 sur le bio et génère désormais près de 50 % des ventesⁱⁱ. Les enseignes historiquement engagées se réinventent : Biocoop, par exemple, mise désormais sur des boutiques mono métiers, comme en témoigne l'ouverture d'une boucherie près d'Angers en juin 2019. Des corners sont également implantés dans des lieux de vente de tiers : chez les producteurs bio, dans des halles marchandes ou au sein d'établissements culturels. L'enseigne a même mis en place des magasins satellites, rattachés à une boutique principale, permettant une installation en zone rurale ou dans des centres-villes en revitalisation.

Et surtout un engagement toujours plus grand

La vague green devenant un raz-de-marée, la bio se réinvente avec force et surtout fun. La vision éco-consciente ne suffit plus : place à l'action, par des initiatives créatives, parfois scientifiques et toujours sensorielles, accompagnées d'un engagement de transparence et de durabilité à 360°.



MACRO-TENDANCE 1 : L'ENGAGEMENT AUGMENTE : #GREEN GIANT

Le principe d'engagement écologique touche toutes les couches de notre société : de la mère de famille à l'adolescent qui manifeste, de l'indie brand* en beauté à la multinationale. (*marque indépendante)

Après l'éthique sociale, puis la préservation de soi (depuis 2017 avec le mouvement #clean), l'engagement pour la planète est désormais la priorité : la société Mintel note « une évolution des efforts humanitaires aux efforts pour la Planète » à propos des revendications utilisées par les marques entre 2017 et 2019.

Dans ce contexte, les produits et certifications biologiques sont des modèles de réassurance, conciliant une consommation raisonnée et une conscience apaisée.

Aujourd'hui, le bio représente déjà 5 % des achats alimentaires des Françaisⁱⁱⁱ mais l'engagement de chacun pour un futur durable ne cesse de s'amplifier, impliquant de nouvelles attentes et actions.

Et de nouveaux sujets émergent quant au bio et à ses engagements – l'agriculture bio dans des serres chauffées, des fruits et légumes bio avec suremballage plastique...font débat car la demande de cohérence est là, en plus de la transparence.

#1 : (Eco)Conscience Collective

Eco-anxiété : des consomm'acteurs toujours plus conscients

Urgence climatique, écocides* reconnus, sixième extinction des espèces annoncée (avec cri d'alarme de l'ONU : jusqu'à un million d'espèces animales et végétales menacées)... Est-il ou non trop tard ?

* Acte de destruction ou endommagement d'un écosystème

Les moins de 20 ans sont dans une urgence d'action et portent le mouvement (marches, grèves pour le climat). Cette éco-anxiété et cette éco-culpabilité se propage en cascade à travers toutes les générations : 91% des Français estiment que c'est notre obligation d'être humain que de protéger la Naturev.

Les conversions à foison des producteurs et distributeurs

Les taux de conversion au bio sont records : +13% de producteurs bio, +12% de transformateurs et + 41% de distributeurs biovi. En termes de surface, un seuil a été franchi : avec 9,5 % des fermes françaises désormais certifiées bio, 2 millions d'hectares cultivés selon des principes respectueux de l'environnement (+17,5% vs. 2017). Soit 7,5 % de la surface agricole utile (SAU) nationale : la France est le 4ème pays européen en termes de surface agricole bio derrière l'Espagne et l'Italie^{vii}.

La grande distribution suit désormais le mouvement et s'est engagée massivement dans le bio et le durable à l'instar de Carrefour avec sa campagne Act for Food et son engagement pour une agriculture raisonnée. Les marques, grandes ou petites, optent pour le bio. Cette révolution est d'ailleurs autant visible en alimentation qu'en beauté (#GreenBeauty) puisque Garnier a lancé une gamme certifiée Ecocert tandis que L'Oréal a créé une marque bio et locale : La Provençale.

LA PREUVE A NATEXPO, DE NOUVEAUX VENUS DANS LE BIO :

- La société Heimburger, une des dernières entreprises familiales indépendantes françaises à produire des pâtes alimentaires propose désormais une gamme complète de pâtes BIO, avec ingrédients certifiés AB Ecocert : Grand'Mère.
- La Maison d'Armorine, entreprise historique de la confiserie Française lance Mam Bio, une gamme complète de confiserie BIO : caramels tendres et durs, crèmes de caramel, sucettes caramel et miel, bonbons sucrés cuits...
- En 2018, Le Coq Noir, entreprise fondée en 1979 et issue d'un savoir-faire familial reposant sur les traditions de divers pays du monde développe sa 1ère Gamme d'Aides culinaires Exotiques de 40 produits 100% BIO. (stand G177)

Cette montée en conscience des éco-citoyens va révolutionner nos modes de vie, de consommation et réinventer l'engagement bio & durable. Certains culpabilisent déjà de prendre l'avion... D'autres placent la barre haut quant à l'engagement des marques... Enfin, de plus en plus de voix parlent d'économie circulaire en alternative au capitalisme.

#2 : Transparence 3.0, Nouvelle Base Du Contrat De Confiance

Alors que les AUT (Aliments Ultra Transformés) occupent 50% des linéairesviii, l'analyse des produits sur les app devient une étape à part entière de l'acte d'achat.

54% des Français connaissent ces applis nutritionnelles (vs. 43%, 3 mois plus tôt)ix Et celles-ci fleurissent tant pour l'alimentation que pour l'hygiène ou la beauté : Open Food Facts, Clean Beauty, ScanUp, QueChoisir, CompoScan, Y'a quoi dedans... ou Yuka qui fait désormais référence en France. Les industriels la contactent avant lancement pour s'assurer du référencement bien noté de leur produit. Le référencement sur les applications de scanning alimentaire et beauté est devenu un must-have dans la communication des marques, un nouvel argument de confiance et de vente.

LA PREUVE EN PRODUITS

Alimentation :

- Frites du Bistrot Bio Yummy! à partir de pommes de terre origine France, sans conservateur, additif ou arôme. Nutri-score A et Yuka 100% Excellent, par Cité Gourmande
- Mix Pain BIO Complet Chia 200g, 100% de farine complète, sans féculés ajoutées, sans sel, sans additifs, "Excellent sur Yuka avec la note 100", par Terra Ceres

Les applis bientôt dépassées dans cette quête de transparence accrue ? La technologie blockchain apparaît désormais comme une nouvelle solution pour contrôler le sourcing du produit bio. En 2019, l'entreprise Seqens a développé une plateforme exploitant la blockchain pour garantir la traçabilité des actifs cosmétiques biologiques. Et la démocratisation technologique est déjà en marche puisque, en dehors du bio, la plateforme Food Trust, par Nestlé x Carrefour x IBM, nous permet de suivre le parcours des pommes de terre de la purée Mousseline.

Mais l'engagement 'clean' et conscient ne s'arrête déjà plus aux marques...mais implique la distribution. Le phénomène de la beauté green & clean, par exemple, a développé tout un nouveau segment retail, notamment aux Etats Unis : les magasins Credo Beauty, The

Detox Market ou encore Follain... Sephora a mis en place un corner et un label 'Clean' (aux Etats Unis seulement pour le moment) et Le Printemps Haussmann inauguré le Green Market.

#3 : Intégrité A 360°

L'engagement de transparence, de sain et de durable s'entend désormais sur tout le cycle de vie du produit, de l'amont à l'aval, incluant sourcing, formulation, packaging, etc. Les marques réinventent leurs process de fabrication et leurs recettes pour gagner la bataille de la qualité : innocuité, efficacité, sensorialité et durabilité ! De nouvelles garanties toujours plus techniques émergent face à des consommateurs toujours meilleurs connaisseurs :

-En alimentation, de nouvelles revendications, sources de réassurance : « sans sucre inversé », « sans excipient de synthèse » ou encore « à base d'eau dynamisée »...

-En cosmétique, le mouvement va se poursuivre au-delà des ingrédients : excipients, surfactants, émoullissants, etc.

LA PREUVE EN PRODUITS

Alimentation :

- Pain d'épices Pur Miel Bio, garanti sans sucre inversé, par Mulot et PetitJean
- Douceur Coco, boisson sans sucre et pure en coco (sans riz), par Evernat
- Dremmwel, bière ambrée sans gluten au blé noir Breton à 5,4°, par Brasserie de Bretagne
- Houblonde, la première bière dynamisée au monde : l'eau de brassage est passée par des vortex afin de retrouver sa structure originelle, équivalente à celle d'une eau pure de montagne, par Certisys SPRL (Stand D175 – Belgique)

Cosmétique :

- Acérola 1000 Bio 100% essentiel : premier acérola bio clean, sans excipients de synthèse et en tube 100% recyclable ou pilulier 100% recyclé, par Thera Sana (Stand I68)
- Déodorant crème hypoallergénique, une texture crème et une formule minimaliste 100% d'origine naturelle, % bio très élevé sur le marché, pour toutes les peaux même sensibles, par Florame (stand E10)

MACRO-TENDANCE 2 :

LE SYSTEME SUBZERO, VERS UNE ECONOMIE CIRCULAIRE

Le mouvement anti-gaspi s'est amplifié : l'ambition est à l'heure du zéro déchet désormais, surtout quand on sait que deux fois plus de déchets plastique risquent de polluer les océans d'ici 2030^x.

« Ce n'est pas juste une tendance ; c'est un mouvement vers un nouvel archétype révolutionnaire pour l'industrie. Si les marques ne changent pas leur approche maintenant, elles n'existeront plus dans le futur. » Mintel, Rapport 2019 Sub-Zero Waste

Dans cette mouvance, la notion d'économie circulaire gagne en importance. Celle-ci réinvente entièrement nos schémas capitalistes et consuméristes en proposant un nouveau modèle incluant les notions d'économie verte, d'écologie industrielle, d'économie de l'usage. Son fonctionnement circulaire implique recyclage et réutilisation, à l'opposé de notre société où sont aujourd'hui décriés l'obsolescence programmée ou encore la fast fashion.

En France, la destruction des invendus non alimentaires devrait par exemple être interdite d'ici 2023 (textile, électro-ménager, hygiène-beauté...) : « *Ce sera une première mondiale. L'élimination de produits en parfait état de marche est un gaspillage qui choque l'entendement.* » Édouard Philippe, Premier Ministre

L'ambition est de produire des biens et services tout en limitant fortement la consommation et le gaspillage des matières premières, et des sources d'énergies non renouvelables, tout en réutilisant ou recyclant au maximum nos déchets.

Et certaines lignes de notre système sont déjà en train de se déplacer.
La recyclabilité ou la réduction des déchets surpasse la rentabilité.
La collaboration prime sur la compétition.

Dans ce nouveau système, marques et consommateurs vont s'initier à de nouveaux gestes, de nouveaux produits et de nouveaux mots : des lessives sans parfums, des pâtes non-blanchies, des packagings rechargeables à l'infini, du sourcing issu de plantations raisonnées ou de forêts éco-gérées....

#1 : 100% Bio...Dégradable : 0 Plastique, 0 Trace

L'objectif est aujourd'hui de ne laisser aucune trace dans la nature après utilisation, avec en valeurs cardinales la recyclabilité et la compostabilité. C'est l'ère du 'Cradle-to-Cradle' ou C2C*. Le packaging est le premier touché ; mais les éléments résiduels aussi (brosses, cosmétiques ou produits d'hygiène) : l'éco-conception, plus qu'une tendance, devient un prérequis.

*Philosophie environnementale industrielle qui intègre, à tous les niveaux, de la conception, de la production et du recyclage du produit, le principe de zéro pollution et d'un recyclage à 100%. C'est la base de l'économie circulaire.

Le plastique est identifié comme l'ennemi environnemental n°1 et les solutions alternatives arrivent en rafales, de toutes parts.

Le gouvernement français par exemple, projette de lancer une concertation sur le concept d'une consigne pour les bouteilles plastiques et Brune Poirson n'hésite pas à parler de « *big bang dans les poubelles des Français* ».

Côté marques, l'alimentaire a pris le sujet à bras le corps, suivi de près par les produits ménagers, tandis que la cosmétique amorce des efforts.

Par exemple, avec le projet Loop, une vingtaine d'entreprises dont Procter & Gamble, Nestlé et Unilever, se sont associées pour changer les modes de consommation et expérimenter les emballages zéro déchet. Par ailleurs, 400 organisations et entreprises se sont engagées dans le Plastics Economy Global Commitment, créé par la fondation Ellen MacArthur : L'Oréal, Henkel, Unilever, J&J, Carrefour, Target, Walmart, Albéa... Celui-ci établit une vision pour arrêter les déchets plastiques et la pollution à la source en appliquant le principe d'économie circulaire.

S'il ne disparaît pas (encore) entièrement, le packaging plastique devient toujours plus et mieux recyclable ; et pour cela il sera bientôt gris et non-plus blanc (meilleure recyclabilité). Mais surtout des alternatives resurgissent : bois, verre, carton, jusqu'au film alimentaire issu de la cire d'abeille... avec toujours un engagement d'impact réduit au maximum.

Mais le principe du 'zéro trace' va déjà plus loin, avec une visée plus optimiste : rendre plus à la Nature en ayant un impact positif. Certaines marques bio ou naturelles (The Body Shop, Lush) le clament déjà.

LA PREUVE EN PRODUITS

Alimentation :

- Des packs sont en PLA (matière d'origine végétale, en sucre de canne) par Les Prés Rient Bio (stand D213)
- Gamme de fruits secs bio en sachet 100% biodégradable et compostable, la première de la catégorie grâce à une technologie brevetée faisant barrière à l'oxygène aussi performante qu'un film plastique, par Un Air d'Ici (stand G98)
- Gourde de fruits et légumes, saveur inédite, 100% bio, sans sucres ajoutés, sans arômes, pratique à emporter partout. Gourde recyclable, sans aluminium, grâce au programme de recyclage Collectibio, par Danival
- Capsules Éthiopie, à base de fibre de bois, biodégradables et compostables, sans aluminium, qui préservent les arômes les plus fins de notre café, sans emballage supplémentaire avec un étui en carton recyclé, par Destination
- Pâte à pizza aux céréales complètes rectangulaire avec papier cuisson en kraft naturel, non blanchi, recyclable et compostable, par Biobleud
- Les Boudines Amandes x Framboises, fabriquées artisanalement avec des ingrédients les plus bruts possible, à longue durée de conservation, conditionnés dans des bocaux en verre, par Les Boudines (stand B226 – Belgique)

Produits pour la maison :

- Apifilm, un emballage naturel : du coton biologique enduit de cire d'abeille et résine de pin pour emballer aliments, comme alternative écologique à l'aluminium et au film plastique étirable. Réutilisable, zéro déchet et conçu dans une démarche sociale en partenariat avec Indutex, par L'Atelier Miel (stand J188)
- Le premier Bloc WC écodétergent certifié (GreenLife par ECOCERT) : Etamine du Lys, 100% naturel, nettoie, détartre et désodorise et avec emballage 100% plastique recyclé, par Comptoir des Lys (stand D11)

Cosmétique et hygiène :

- Mascara Gypsy Volume, vegan avec 100% d'ingrédients naturels, son packaging éco-conçu est en carton certifié FSC, par Boho Green
- Brosse à dents Dubois, la seule en bois fabriquée en France, avec manche en hêtre rouge de forêts françaises éco-gérées, filaments à base végétale et étui carton, par La Brosserie Française (stand E19)
- Brossette interdentaire en bambou issu de plantation raisonnée, pour "éviter le plastique", par CED (stand B39/B41)
- Lessive Universelle Ultra-Douceur Sans Parfum, avec une formule 100% d'origine naturelle et 100% biodégradable, brevetée et adaptée à l'univers du bébé, par Natur'Melodia (stand E69)

- Papier toilette recyclage naturel, en matière première locale (Bretagne & Normandie), sans colorant, ni blanchiment, ni désencrage. Emballage 3 fois plus fin, sans encre et avec étiquette recyclée. Idem pour l'essuie-tout, le seul français recyclé sans colle entre les feuilles, par Papeco (stand C25)

#2 : Hygiène féminine, 100% clean

Dans cette volonté de biodégradabilité, de sain et d'écologie, un segment de produits va opérer sa révolution : l'hygiène intime.

Glyphosate (un herbicide controversé) dans les tampons, phtalates ou autres substances cancérigènes dans les serviettes ont créé l'électrochoc, et des corrélations ont été clairement identifiées entre certains de ces produits et l'infertilité voire certains cancers féminins^{xi}.

Longtemps resté tabou, le moment des règles n'échappe désormais plus à la vague du 'clean & green'. Les références bio clament l'innocuité et rassurent : les marques Love & Green et Organic ont réussi le test de 60 Millions de consommateurs et Natracare assure que les niveaux de glyphosate sont indétectables dans ses produits.

Aussi, le mouvement du 'zéro ingrédient nocif' arrive enfin sur ce segment. Quand on sait qu'une femme utilisera dans sa vie en moyenne plus de 10.000 protections périodiques et qu'il faut plus de 500 ans pour qu'une protection intime se dégrade complètement, on comprend mieux le boom des protections biodégradables ou réutilisables^{xii}.

Ainsi, la box Fava propose « *des protections intimes 100 % bio et éco-responsables et a été pensée par les femmes et pour les femmes* ». Même les acteurs historiques refondent leur offre. Et Nett, l'un des leaders des protections périodiques vendues en grandes surfaces, de lancer durant l'été 2019 une gamme de tampons composés à 100 % de coton bio. Ils ne sont ni parfumés, ni blanchis au chlore, certifiés Ecocert et GOTS, avec un coton issu d'une agriculture raisonnée.

Dans ce contexte, une start-up nantaise a tout compris et pousse la révolution plus loin : « *JHO, comme Juste et Honnête. Honnête, parce qu'enfin, on est transparent sur notre composition. Juste parce que, pour chaque boîte achetée, on offre des produits à des femmes qui sont dans la précarité via notre ONG partenaire qui est Gynécologie sans frontières* » explique Coline Mazeyrat, co-fondatrice de la marque. La marque va même jusqu'à créer des "box" spéciales règles, que vous pouvez personnaliser.

Enfin, les nouveaux formats relatifs aux règles explosent : de la cup, ou coupe menstruelle, aux serviettes lavables, en passant par les culottes de règles.

LA PREUVE EN PRODUITS

- In Time Sponge, le tampon hygiénique en éponge 100% Naturelle, biodégradable et pêchée de manière responsable ; un nouvel éco-geste car réutilisable pendant tout un cycle, par Cypreos France Eponges (stand D58)
- Les Culottées, sous-vêtement menstruel en coton bio, absorbant, imperméable et respirant : plus de désagréments liés au jetable tels que mycoses, allergies, macération des fluides, non bio biodégradabilité, par PlIM (stand D41)

#3 : Vrac-Commerce : #No-Packaging

Autre interprétation du zéro déchet : le vrac, qui réduit à néant le packaging et propose une nouvelle éco-expérience d'achat. Jusqu'à devenir le futur de la distribution ? Plusieurs initiatives semblent en attester. Outre Ekoplaza à Amsterdam, un supermarché entier sans plastique grâce au vrac, en novembre 2018, en France, Naturalia a détourné le Black Friday en Vrac Friday ! Et en juin 2019, Biocoop a inauguré son concept pilote : Biocoop ADN, pour Anti Déchet Nation. Celui-ci propose des produits du quotidien zéro déchet, grâce à la réutilisation des contenants, des emballages compostables, de la consigne et 200 références alimentaires vendues en vrac.

Technologies, machines et nouvelles textures sont en train de se développer en vue de déployer les principes du vrac dans tous les domaines de consommation : non-plus seulement l'alimentation, mais l'hygiène, la cosmétique, etc.

Ainsi, la start-up Cozie réinvente l'expérience la distribution de produits de beauté en proposant des cosmétiques liquides, bio et zéro déchet, grâce à un système de consigne et une machine à vrac pour distribuer ses produits.

LA PREUVE EN PRODUITS

Machines :

- Gravity, une nouvelle solution pour distribuer tous les liquides, pâteux et visqueux qui ne pouvaient être distribués en vrac jusqu'à présent (pâte à tartiner, lait frais, shampoing, gel douche, confitures, etc.)... pour "contribuer à l'émergence d'une société zéro déchet », par R Cube Nord (stand H130)
- Vr'Acteur, système breveté révolutionnaire pour la distribution des vracs liquides (shampoing, crèmes cosmétiques, alimentaire, lessive, liquide vaisselle, etc.). Conçu pour le zéro déchet, LowTech (aucune consommation d'énergie) et fabriqué en France, par Qadyp (stand F19)

Alimentation :

- Cookies sarrasin pépites de chocolat disponible en vrac : *"pour satisfaire les gourmands soucieux de leur consommation et de leur impact écologique"*, par Ets La Messuziere – Baramel (stand E89)

Cosmétiques :

- Cube de savon de Marseille Olive Nu, vendu nu pour favoriser le zéro déchet, par Savonneries du Midi (stand D39)

#4 : Zero Gachis : Down & Up Cycling

Le zero gâchis s'ancre au-delà du contenant : pleine utilisation du contenu et revalorisation des déchets.

D'une part, le packaging se redessine pour éviter tout gaspillage, notamment en beauté. Si en éco-transport, l'enjeu est celui du dernier kilomètre, en packaging zero gâchis, le challenge est celui des derniers millilitres ! Soit par des designs qui permettent de vider complètement le flacon ou le pot, soit par des tailles qui permettront de finir le produit avant péremption : c'est le smart sizing.

D'autre part, le recyclage s'amplifie et se précise. Dans tous les cas, le gâchis n'est plus permis : il s'agit de revaloriser impérativement nos déchets pour créer de nouveaux produits.

"Les ingrédients durables provenant des déchets alimentaires constituent un nouveau domaine d'intérêt." Organic Monitor.

Si le down-cycling ou décyclage, est un procédé de transformation vers un nouveau matériau ou produit de qualité ou de valeur moindre, l'emphasis est aujourd'hui mise sur l'up-cycling ou surcyclage : un recyclage par le haut, qui permet d'obtenir un matériau ou produit d'une qualité ou d'une utilité supérieure !

LA PREUVE EN PRODUITS

Alimentation :

- La conserverie bio et artisanale Babelicot à Brest est pionnière du zéro déchet en valorisant les surplus de production de maraîchers partenaires et participe à améliorer la viabilité de leurs fermes familiales. Le chutney de tomates vertes est fait à partir de tomates d'hiver qui ne peuvent pas mûrir : *"Un régal pour les papilles, une source de revenu inespérée pour les maraîchers."*

Cosmétiques :

- Revoir la mer, un savon à froid marin qui utilise les ressources marines : poudre de coquilles d'huîtres et argile marine ; soit *"l'up-cycling du territoire maritime local"*, zéro déchet et éco-conception, par Ô Capitaine (stand B19)
- Le premier vernis à ongles naturel et anti-gaspillage, par un bouchon qui permet de finir l'intégralité du produit d'un simple clic (20% en + que les vernis classiques. La formule est naturelle à base de solvants biosourcés issus du coton, du maïs et du manioc, sans perturbateurs endocriniens, par Clever Beauty

#5 : Toujours Plus Bio : Le 'Sans Eau'

L'empreinte hydrique est un nouvel espace de conscience, à l'heure du réchauffement climatique.

Mais si, déjà en 2016, 28% des 16-24 ans recherchaient des cosmétiques sans eau en France^{xiii}, force est de constater que les réponses anhydres émergent lentement.

L'impact hydrique des produits se fait néanmoins voir davantage sur les packagings et INCI. En émergence, les formulations qui parviennent à réduire, à remplacer, voire à supprimer l'ingrédient eau ; que ce soit en cosmétique ou dans l'alimentaire. Les eaux issues de fruits et de légumes sont petit à petit implémentées dans des produits de beauté. Dans le soin, des bases végétales viennent amplifier les vertus cosmétiques. La jeune pousse beauté Biotanie communique ainsi sur une teneur à seulement 1,5% d'eau pour sa crème chanvre & concombre : « *enrichie en actifs et ingrédients actifs* ».

Une tendance à suivre pour le secteur de la bio... puisqu'elle peut être décisive dans la course au pourcentage de bio. L'eau n'étant pas certifiable biologique, un produit sans eau peut donc être 100% bio ! De plus ces produits peuvent se passer de conservateurs, un atout indéniable.

LA PREUVE EN PRODUITS

Boisson :

- VeggiWater Tomato, une innovation de rupture dans le domaine des boissons : une eau 100% issue de tomates italiennes mûres (faible en calories et riche en vitamine C et Potassium), par Belorganic E.U. (Autriche)

Cosmétique et hygiène :

- Baume souverain sommeil, sans eau et avec 100% d'actifs, par Thera Sana (stand I68)
- Dentifrice en poudre et donc sans eau : à base d'argile, de craie, de charbon actif et d'huiles essentielles (Menthe/Tea-tree/Girofle), sans conservateur et sans fluor, pas de prolifération microbienne, ni de biocide ; par Laboratoire Sedarome (stand E44)
- Sam'Nettoie, dentifrice solide en pot "pour une utilisation responsable" par Samelie Plantes (stand A16)

MACRO-TENDANCE 3 :

LE GREEN FUN, NOUVEL HEDONISME # HEALTHIONISM

Le fun comme moteur du changement !

La génération Millennials est parvenue à concilier 'happy' avec 'healthy' et 'conscious', pour ériger un nouvel art de vivre plus soutenable sur tous les plans : la pleine conscience plutôt que l'hyper consommation, la qualité plutôt que la quantité et par-dessus tout le fun... pour laisser à chacun l'envie de s'impliquer.

La tendance du 'Healthionism' promet un hédonisme vert, tourné vers la nature...mais une nature sublimée, alliant sensorialité et responsabilité.

Il ne s'agit plus de détox mais de nouveaux plaisirs. La dimension du jeu ou 'd'entertainment' est un ingrédient majeur de ces nouvelles recettes... pour un bio beau, bon, bienfaisant...mais jamais ennuyeux !

#1 : Happy Green, Nouveau Crédo

La bio et l'engagement écolo évoluent désormais vers un univers résolument optimiste et joyeux, comme une opération de charme pour amplifier l'engagement de chacun dans un futur durable.

Et l'écologie devient ainsi un challenge, à l'instar de la campagne pour le climat « *On est prêts* » relayée par les plus grands Youtubeurs français (Norman, EnjoyPhoenix, El Hadj...) qui devaient changer leurs habitudes en vue de réduire leur impact environnemental pendant un mois, et ainsi inciter leurs communautés respectives à les suivre.

Dans cette mouvance, les marques calibrent des discours et des revendications joyeux, surfant sur le style de vie des Millennials, tout en concevant des éco-rituels ou gestes fun.

LA PREUVE EN PRODUITS

- Le Malicieux poire et anis, des bouillons de fruits à déguster comme une boisson fraîche, issus d'un procédé unique à cuisson lente pour une osmose entre épices et fruits (-40% de calories et sucres que les jus traditionnels), par Bú Bouillons (stand D229)
- Le Coup de Foudre, un shot de gingembre pressé à froid, non pasteurisé, avec une DLC de 21 jours, par Yumi (stand D220)
- Anassa, des infusions bio au design innovant : un bâtonner en bois permet de faire tenir l'infusion et de la mélanger sans aucun autre ustensile, "A moment of pure happiness", par Le Comptoir de Messénie (stand H84)

Dans cette mouvance, un ingrédient explose : le CBD, soit le cannabidiol ou plus simplement le chanvre. Pouvant être utilisé sous de nombreuses formes - graine, huile, poudre, farine, beurre - il a des propriétés exceptionnelles : anti-inflammatoires, antioxydantes, thérapeutiques, etc. Encore émergent en France, il est devenu superstar aux Etats Unis. Même Kim Kardashian en a fait le thème cette année de la 'babyshower' de son fils.

LA PREUVE EN PRODUITS

- CBD Infused, mini-tablette de chocolat cru masquant le goût amer du chanvre (huile de chanvre), par Lovechock B.V. (stand I98 – Pays-Bas)
- Veg'Whey Kao, mix protéiné associant trois ingrédients crus : farine de chanvre, de riz noir et cacao cru, par L'Chanvre (stand K181)

#2 : Mixologie Healthy

La vague du DIY et du BIY (Blend It Yourself) poursuit sa déferlante, surtout auprès des générations Y et Z : « *Les Millennials ont développé la culture DIY et n'attendent rien des autres.* » M. Dagnaud, CNRS

L'envie de faire plutôt que d'acheter est source d'un nouvel art de vivre plus conscient et créatif. Moins de stress, plus de santé et surtout de sensorialité. Des bouffées de vie réelle par rapport au virtuel des écrans, pour nous mettre en position d'agir au lieu de subir, de construire au lieu de consommer...

L'ère de la 'détox' s'est éloignée, place à l'upgrade :

Il ne s'agit plus d'amateurisme ou de bricolage. Ce 'consomm'acteur' plus créatif raffine son art : des recettes saines toujours plus subtiles et spectaculaires, des soins sûrs toujours plus sophistiqués et des rituels de professionnels qui sont empruntés aux mixologues de cocktails, aux formulateurs de parfums ou encore aux grands chefs. Après la décoration et la cuisine, le segment des boissons est investi.

Par ailleurs, Master classes et ateliers ont le vent en poupe en beauté (les ateliers d'Aroma Zone ne désempissent pas et sont désormais proposés à Paris et à Lyon).

Et si 'enseigner comment' était le futur de l'offre ?

LA PREUVE EN PRODUITS

Boissons :

- "Je fabrique moi-même mon Pastis à l'anis" : un mélange d'herbes aromatiques et d'épices macérées dans l'alcool de fruit pour obtenir le célèbre apéritif anisé, par Radis et Capucine (stand D49)
- Discovery Box Matcha, un kit comme un voyage au Japon avec tout pour le rituel de préparation et de dégustation du thé Matcha, par Iro Thé Matcha Japonais Premium Bio (stand E231 – Belgique)
- Condimento Mela, un apéritif sans alcool et healthy à mixer avec de l'eau pétillante, par Acetaia Guerzoni (stand I175 – Italie)
- Leamo fifty/fifty, combinaison de limonade et de thé glacé bio, par Alter-Food Drinkys (stand B128)

Cosmétique :

- Coffret DIY de crème fondante bio au karité, par Radis et Capucine (stand D49)
- Le 1er gel douche en concentré à diluer avec l'eau du robinet (DIY), avec un flacon fibre de bambou : rechargeable à l'infini, 80% de plastique en moins et 100% sain, par Loumi, Cosmétiques naturels de Provence

#3 : Gastronomie Green : #Plant-based

Le véganisme est désormais une réalité.

Aux Etats Unis, 6% de la population s'identifie comme vegan, + 600% en trois ans^{xiv}. En France, seulement 2,5% sont végétariens, mais on compte désormais 1/3 de la population comme flexitarienne, soit 23 millions de personnes^{xv}. Ces nouveaux modes de consommation attirent l'innovation et la réinvention. Aux Etats Unis, le terme 'plant-based' gagne du terrain face au 'vegan' : plus de 80% des personnes interrogées préfèrent ce terme, car évocateur d'une alimentation plus savoureuse et positive, excluant les notions de privation et de polémique^{xvi}. Le 'happy' et sain toujours en valeurs cardinales de cette consommation green ou 'veggie'.

Vers des dénominations et des créations tout autant engagées mais également originales, goûteuses et positives. Création de nouvelles catégories alternatives et créatives, telles le Vromage !

LA PREUVE EN PRODUITS

Alimentation et boisson :

- Canard Vegan de soja, une alternative à la viande pour le dîner de Noël ou un repas chinois, par Lord of Tofu (stand H112 – Allemagne)
- Mo'Ice, la première glace artisanale et 100% végétale à partir de crème de riz, par Morice (stand B228bis)
- Hâché végétal Curry & Coco, un hâché créatif à partir de tofu et protéines de soja, le tout cuisiné façon "recette maison" au curry et lait de coco, par Tossolia (stand F120)
- Organic Pumpkin Protein Bar, une barre protéinée 'plant-based' pour un snacking healthy et végétal, par Schalk Muhle (Autriche)
- Petits biscuits, 100% naturels et végétaux faits à 90% de légumineuses et fruits secs, par Flocon SAS
- Riz de chou-fleur aux légumes, par Virto Group (stand J110 – Espagne)
- Holypop Exotic, un soda moins sucré, fait à partir uniquement de 32 plantes et de noix verte, le dernier parfum ? Ginger ! par Kario
- Bio Protein Drink, la première 'protein drink' alternative au soja, sans lactose et bio à 100%, avec 12% de pois chiches, par The Bridge (stand I181 – Italie)
- Crème de courgettes à la menthe, un 'dip' inédit pour l'apéritif produit par un procédé de flash pasteurisation qui préserve le maximum de nutriments et de vitamines des légumes utilisés, par La Compagnie Bio de Provence (stand E225)
- Falafel de lentille corail, sésame, coco, coriandre, curry et curcuma, une version créative et revisitée 100% végétale et sans friteuse (au four), fabriquée en Bretagne par L'Atelier V*
- Tartare d'algues au poivron grillé, par Bord à Bord - Algue Service
- Assaisonnement Shokutsu, alliance parfaite d'ingrédients bruts, l'huile de sésame toastée, la sauce Tamari et la saveur subtile et acidulée du yuzu (sans aucun additif ni émulsifiant), par Quintesens - Biofuture (stand H115)
- Royal Green Golden Turmeric Chai, une infusion d'herbes 'magique', mélange unique de curcuma, cannelle, réglisse, fenouil, gingembre, clou de girofle, cardamome, poivre noir et pomme, par Royal Green (stand G28 – Pays-Bas)
- Citron confit au curcuma, fusion de 2 super-aliments frais, crus et bio, par Le Coq Noir (stand G117)
- Black Rice, boisson inédite de riz noir, dit « riz de l'empereur ». Sans sucres ajoutés, sans gluten, et de couleur pourpre, elle peut s'apprécier du petit-déjeuner au dessert, par Lima
- Cake vegan banane noix, snack énergétique et gourmand, par TerraSana (stand K118 - Pays-Bas)
- Bière Bio Barbe Rouge, la seule IPA* ambrée sur le marché français, par Brasserie de Vézelay (stand I208)

*India Pale Ale: Il s'agit d'une bière de type *ale*, à haute densité et avec un houblonnage plus fort faites avec des malts pale et crystal et à partir de levure de fermentation haute. Ce type de bière est apparu en Angleterre, au milieu du 19e siècle.

#4 : Bien-Etre A Emporter

Le bien-être se réinterprète en version nomade pour suivre nos styles de vie toujours plus trépidant. La génération des 'digital nomads', ces Millennials qui cumulent les voyages et

les expériences professionnelles freelance, a fait du 'healthy' et du bien-être ses valeurs cardinales.

Si le snacking a été le premier à saisir ce mouvement et à se réinventer, la mode aussi pointe vers le mieux-être en mouvement. Avec l'athleisure', qui fait du sportswear un look quotidien, le chic et le 'trendy' d'aujourd'hui nous permettent également d'aller faire du running ou bien un cours de yoga.

Pour aller plus loin, le bien-être est devenu une expérience attractive sur le chemin de chacun puisque 50% des Millennials aux Etats Unis et en Angleterre seraient plus enclins à aller en magasin si celui-ci offre des installations sportives^{xvii}. Pas étonnant que le grand magasin de luxe new-yorkais Saks Fifth Avenue offre désormais dans son 'Wellery Shop' des sessions de fitness, des manucures avec méditation incluse, ou encore des sessions d'halothérapie dans une grotte de sel.

Même les compléments alimentaires s'adaptent et innovent par des textures, galéniques et des packagings inédits, pour nous offrir un mieux-être à tout instant.

LA PREUVE EN PRODUITS

Compléments alimentaires :

- Gommes Bio Cassis, la gemmothérapie concentrée de façon inédite sous forme de gomme arabique, issue de la sève d'acacia, 100% végétale, par Herbalgem (stand G68 – Belgique)
- Curcumaxx : une unicadose bio et incassable pour une action anti-inflammatoire à administrer sur le moment, par Curcumaxx France (stand H29)
- Propomax Spray Doux est une solution naturelle à base de propolis verte et brune du Brésil. Associée à la grenade, Propomax Spray Doux est idéale pour apaiser les maux de gorge. Certifiée bio et produite dans le plus grand respect de l'environnement, cette solution sous forme de spray buccal est très pratique à emporter partout avec soi, par les Laboratoires Lehning à (stand I64)

Alimentation :

- Terraçai, "L'açaï à l'état pur", un concentré de superfruits riches en fibres et micronutriments avec un nouveau format nomade, par Nossa ! Fruits (stand E223)

MACRO-TENDANCE 4 : LE BOOM DES BIOTECH

#1 : Biotech : à bord de la réinvention du naturel

« La biotech est le nouveau digital. Désormais, (...) nous pouvons faire des choses mieux que la Nature, dans certains cas. La biotechnologie va gouverner la prochaine décennie de la pensée. » N. Negroponte, fondateur du MIT Media Lab

Bien que les OGM restent une peur collective à l'échelle mondiale, d'autres formes de biotechnologies vont réinventer notre rapport au monde : aux cultures, au sourcing, à l'énergie, et bien sûr elles seront sources de nouveaux process et de nouvelles recettes.

La beauté, et notamment les indie brands, sont en avance sur ce sujet :

«Les biotechnologies vont devenir de plus en plus importantes sur le marché de la beauté naturelle au cours des trois prochaines années.

L'appétit pour ces produits augmente à mesure que les ressources naturelles diminuent. La biotechnologie pourrait répondre à ce besoin. » V. Rudd, Mintel

En route vers des biotechnologies initiant des procédés et produits inédits en végétal et en bio, permettant la culture locale d'ingrédients exotiques

LA PREUVE EN PRODUITS

- Après 9 ans de R&D, Jardins d'Occitanie réalise la prouesse agronomique de cultiver du ginseng en France (6 ans d'âge) sous cahier des charges de l'agriculture biologique. Le 1er et unique producteur français et européen de ginseng.
- Royal Green Magnésium, le premier complément au monde à délivrer du magnésium, de la vitamine D2 et de l'ashwagandha sous certification biologique, grâce à un procédé exploitant une variété spéciale de laitue de mer (stand G28 – Pays-Bas)
- Vegetonin+, la première mélatonine végétale à effet prolongé grâce à un process unique à base de riz développant une mélatonine hautement dosée et biodisponible, par SFB Laboratoires (stand C40)
- Gemmothérapie de Cassissier bio sans alcool, via un procédé innovant qui permet d'évaporer l'alcool (indispensable à l'extraction) à basse température après macération des bourgeons frais bio dans un mélange eau, alcool et glycérine bio, sans altérer les propriétés des bourgeons, par Herbiolys Laboratoire (stand J18)

#2 : La (Micro)Biome Révolution

Entre 'Moi et le Monde', le principe de préservation d'un environnement se réapprend et s'étend : que ce soit celui de notre intestin, de notre peau ou de la nature...car le biome peut être défini comme un écosystème soumis à des conditions environnementales spécifiques. Si la peau ou l'intestin sont des microbiotes, la savane, la mangrove, les récifs coralliens ou encore les herbiers marins sont des biomes.

Conférence sur les microbiotes intestinaux et cutanés au Musée de l'Homme, exposition temporaire pour les plus jeunes à la Cité des Sciences...la notion de microbiote se démocratise et constituera une révolution multi-domaines dans notre futur.

Cela bouscule nos rapports à l'hygiène, signe la réhabilitation des bactéries, fait l'apologie de la fermentation, et bousculera même, à une autre échelle, notre rapport à l'agriculture, car la notion de biome des sols va devenir un enjeu majeur de leur préservation.

La médecine découvre chaque jour de nouveaux impacts du microbiote sur notre santé : dépression, maladie de Parkinson, autisme... Et l'industrie cosmétique développe le soin du microbiote : la peau de notre visage, le cuir chevelu... en résonance avec notre environnement et nos habitudes.

Que ce soit la protection du vrai, la garantie de la biodisponibilité ou encore l'alimentation positive (pour soi et pour l'environnement), on fait désormais une certaine apologie du vivant et des moyens de le développer : prébiotiques, probiotiques, entre procédés de fermentation biotech et procédés ancestraux tels le Kombucha ou le Kimchi.

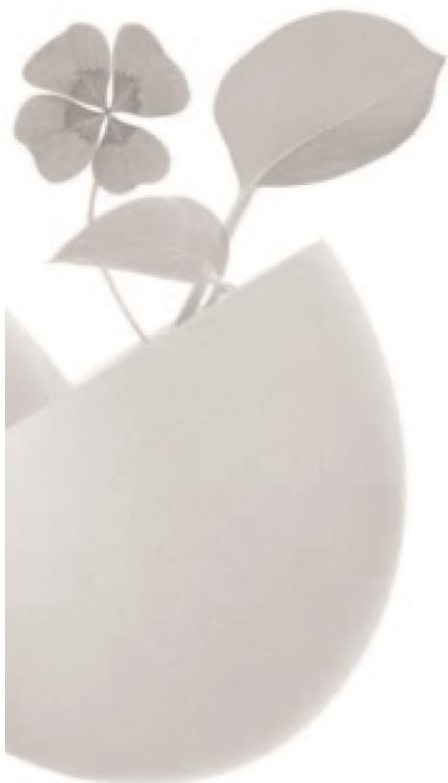
LA PREUVE EN PRODUITS

Food :

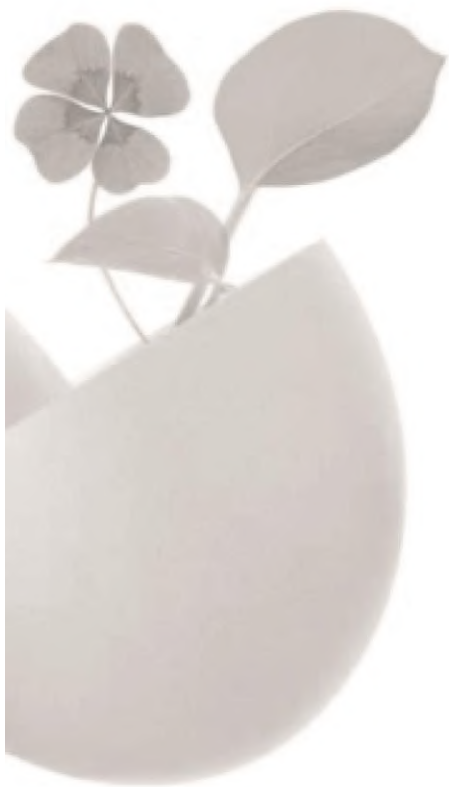
- Pa'lais, 4 tartinades végétales à partir de noix de cajou et d'amandes fraîchement moulues et fermentées par des cultures végétales (6 mois de recherche R&D), par Future Foods (stand C231 – Belgique)
- Kimchi, encas coréen sain à base de chou lactofermenté, par Bio-Verde / Isana Naturfeinkost (stand J99 - Allemagne)
- From' jamy cumin curcuma, fromage végétal à base de soja lactofermenté avec la texture d'un fromage de chèvre, par Le Sojami.
- Le Labo Dumoulin Kéfir de fruits Gingembre, boisson fruitée, "naturellement vivante", source de probiotiques ; produit "garanti vivant", par Le Labo Dumoulin (stand G225)
- Ritual Kombucha Malva & Rose, kombucha artisanal et recette unique à base de pétales de mauve et des boutons de rose, riche en probiotiques et antioxydants, par Bio Brasseurs
- LOD, un thé en kombucha pour un shoot de probiotiques ; sa bouteille ovoïde est biomimétique et permet à la boisson une fermentation et une maturation uniformes via une circulation facilitée dans le contenant, par Vitbot Bottles (G14 – Espagne)

Compléments alimentaires :

- Veg'Zym 31, concentré végétal de 31 matières premières non pasteurisées et fermentées, qui génère des micronutriments essentiels hautement biodisponibles et équilibre le microbiote intestinal, par La Source



LES TROPHÉES



TROPHÉES NATEXPO 2019 : LES MEILLEURES INNOVATIONS BIO RÉCOMPENSÉES

L'Espace Trophées NATEXPO 2019, vitrine des meilleures innovations de l'année

Véritable vitrine des meilleures innovations bio de l'année, cet espace est entièrement dédié aux produits lauréats des Trophées NATEXPO 2019.

Ces Trophées, ouverts à l'ensemble des acteurs du marché (sociétés exposantes ou non-exposantes au salon), aux fabricants et producteurs, récompensent les produits les plus innovants, utiles, pratiques et originaux, mis sur le marché pour la première fois entre le 1^{er} juin 2018 et le 1^{er} juin 2019.



Les innovations de l'année à l'honneur

Les Trophées NATEXPO ont vu le jour en 2005 pour récompenser les produits les plus innovants, utiles, pratiques et originaux. Les Trophées NATEXPO 2019 distinguent les produits qui ont été mis sur le marché pour la première fois durant l'année écoulée (entre le 01/06/2018 et 01/06/2019). Cette année, plus de 250 produits concouraient dans 7 catégories, correspondant à l'offre présente sur le salon :

- **Produits frais**
- **Épicerie**
- **Boissons**
- **Diététique**
- **Compléments alimentaires**
- **Cosmétiques & Hygiène de la personne**
- **Produits & Services pour la maison et la personne**

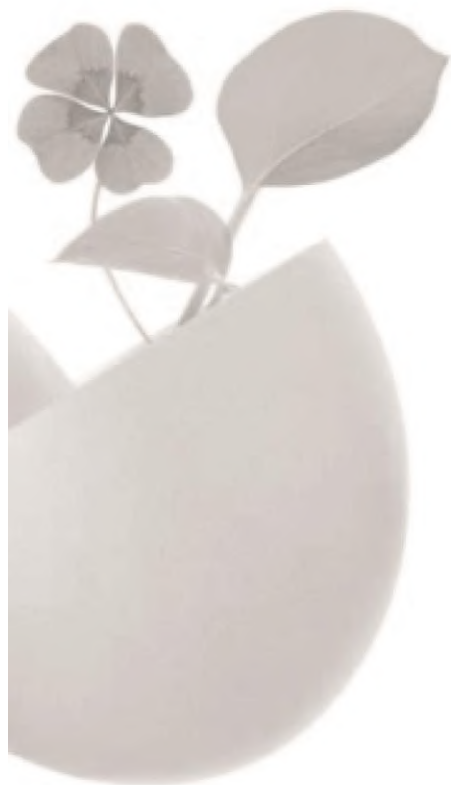
Les candidatures soumises aux Trophées reflètent les fortes capacités d'innovation des entreprises de l'alimentation bio, de la diététique, des compléments alimentaires, de la cosmétique bio et des écoproduits.

Un jury de 10 experts

Les lauréats ont été désignés, le 14 juin 2019, par un jury d'experts, composé de professionnels du secteur et de juniors entreprises, ainsi que de journalistes de la presse spécialisée, professionnelle et grand public.

Le jury était composé de :

- Elodie DUPRE / Journaliste – Reporter BIO TV et Annuaire Vert
- Anne DUPUY / Spécialiste mode bio écologique
- Camille HAREL / Journaliste - LSA
- Angélique HOULBERT / Diététicienne, chroniqueuse France 5
- Pierrick Lallemand / CNJE (Confédération Nationale des Juniors Entreprises)
- Antoine LEMAIRE / Directeur de la Rédaction BIOLINEAIRES
- Isabelle MARTINET / Journaliste France 2
- Philippe MILLET / Journaliste Actif's Magazine – Nutriform'Magazine
- Anne VANESON / Rédactrice en Chef Actu-Beauté
- Christine ZALEJSKI / Blogueuse culinaire - Cubes et petits pois





CATÉGORIE PRODUITS FRAIS

Trophée d'Or

Pizza à la Grecque

Une recette inédite pour s'évader en Grèce : une pâte croquante aux 4 graines (pavot, lin, millet, tournesol), garnie d'un délicieux houmous de pois chiches, de feta AOP, poivrons, oignons rouges et olives noires Kalamata.

Société : BPC KAMBIO

Date de lancement : 01/04/2019

Marché : Hommes, femmes, enfants

Continent de destination : Europe, France

Prix : 6,71 € HT



L'avis du Jury

Ce produit a fait l'unanimité auprès du jury ! En plus de sa praticité - il n'y a qu'à la réchauffer avant de la déguster – cette pizza est composée de produits sains et de qualité (Fromage AOP...). Implantée dans le Gers, l'entreprise favorise également le local. Sa farine de blé provient notamment d'une minoterie voisine du Sud-Ouest. Les Français étant de grands consommateurs de pizza, cette délicieuse et originale recette les fera voyager le temps d'un repas !

Trophée d'Argent



Veggie tarte au citron

Verrine pâtissière composée d'une crème citron jaune, éclats de crumble, meringue italienne, bio, végétale et sans gluten. Ce dessert n'a aucun des 14 allergènes à référence obligatoire. Il va ravir les gourmands.

Société : TADH

Date de lancement : 18/06/2018

Marché : Hommes, femmes, enfants gourmands et avec ou sans régime alimentaire

Continent de destination : Amérique du Nord et Centrale, Asie, Europe, France

Prix : 3,12 € HT

L'avis du Jury

Une recette sans gluten, vegan, sans allergène et bio dans laquelle on retrouve le vrai goût de la tarte au citron ! Présenté dans une élégante verrine et proposé surgelé pour plus de praticité, le jury a été conquis par la gourmandise de ce dessert acidulé !



CATÉGORIE PRODUITS D'ÉPICERIE

Trophée d'Or

L'incroyable Ketchup Quintesens

Des carottes et betteraves pour 3 fois moins de sucre, des tomates de Marande pour un goût authentique, 88 % d'ingrédients cultivés en France.

Société : BIOFUTURE

Date de lancement : 01/07/2018

Marché : Famille

Continent de destination : Europe, France

Prix : 4,69 € HT



L'avis du Jury

Une recette saine au goût authentique de tomate et d'épices, avec moins de sucre, moins de sel, sans additif ni édulcorant, avec des produits bio et de bons légumes cultivés en France ! Une très bonne alternative alliant nutrition et démarche écologique qui va ravir les parents en quête d'une alimentation plus saine pour leurs enfants !



Trophée d'Argent

Muesli croustillant Pomme Cannelle

Les 1^{ers} mueslis croustillants sains et légumineuses. Qualité nutritionnelle exceptionnelles : source en protéines, réduction en sucres et en matières grasses. Sains et idéals pour un petit-déjeuner équilibré !

Société : THERA SANA

Date de lancement : 01/03/2019

Marché : Famille

Continent de destination : Europe

Prix : 3,75 € HT

L'avis du Jury

Véritable innovation sur le marché, ce Muesli croustillant pomme-cannelle est fabriqué à base de lentilles corail et de pois chiche ! Cette recette gourmande et originale à base de légumineuses présente des qualités nutritionnelles intéressantes : taux de sucre et de matière grasse largement réduits, source de protéines, riche en fibre et sans huile de palme. Une nouveauté idéale pour un petit déjeuner équilibré !



CATÉGORIE BOISSONS

Trophée d'Or

Le coup de Foudre

Un shot de gingembre explosif, attention ça décoiffe ! Plus qu'un coup de pouce, le Coup de Foudre est un véritable cocktail santé.

Société : YUMI SAS

Date de lancement : 01/09/2018

Marché : Toutes les personnes souhaitant se faire du bien en se faisant plaisir !



Continent de destination : Europe, France

Prix : 2,90 € HT

L'avis du Jury

L'originalité de ce produit uniquement composé de pomme, gingembre et citron pressés à froid a particulièrement retenu l'attention du jury. Aussi surprenant que tonifiant, ce shot amusant fait friser les papilles ! De plus, cette boisson est proposée dans une bouteille 100% végétale, biodégradable et compostable !

Trophée d'Argent

Smoothies aux graines de chia, ananas, banane et coco

Un smoothie onctueux parfait pour les après-midis cocooning. Les graines de chia, riches en oméga-3 et présentes à plus de 30 % dans la recette, y apportent relief et croquant.

Société : SACLA ITALIA SAS

Date de lancement : 01/03/2019

Marché : Sans distinction

Continent de destination : France

Prix : 2,47 € HT



L'avis du Jury

Une recette inédite ! En plus d'être délicieux, ce smoothie innovant est le seul sur le marché à proposer une recette avec des graines de chia, de plus, à hauteur de 30% !



CATÉGORIE PRODUITS DIÉTÉTIQUES

Trophée d'Or

Mix Pain BIO Complet Chia 200g

Excellent sur Yuka avec la note 100, médaille d'Or Siga, ce mix pain est sain, 100 % de farine complète, sans féculés ajoutées, sans sel, sans additifs, et personnalisable !

Société : TERRA CERES

Date de lancement : 01/05/2019

Marché : hommes, femmes

Continent de destination : Europe, France

Prix : 2,64 € HT



L'avis du Jury

Dans la tendance du « faire soi-même », cette nouveauté a tout bon ! Sa recette, excellente sur le plan nutritionnel, à base de chia en fait un produit original, ses ingrédients sont le moins raffiné possible pour conserver toutes leurs saveurs et richesses en micro-nutriments et fibres. Ce mix pain ne contient aucun additifs, arômes, conservateur, ni soja, maïs ou huile de palme. De plus, son emballage en carton 100% recyclage, imprimé avec des encres végétales, contient 95% de matière recyclée.

Trophée d'Argent

Veg'Whey Kao

Mix protéine chanvre & cacao. Farine de chanvre, farine de riz noir, cacao cru. 32 % de protéines, 8 acides aminés essentiels, oméga 3 et 6, sans sucres ajoutés. Végan.

Société : L'CHANVRE

Date de lancement : 16/06/2018

Marché : Les végétariens et les sportifs

Continent de destination : France

Prix : 9,50 € HT



L'avis du Jury

Cette nouveauté est idéale pour les sportifs ! Sa recette originale associant chanvre, cacao et riz noir de Camargue en fait un produit riche en protéines, anti-oxydants et théobromine ! Une vraie source d'énergie ! Cette poudre se dilue très facilement dans toutes sortes de boissons : lait végétal, smoothie, jus de fruits de légumes, eau....



CATÉGORIE COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES

Trophée d'Or

Acérola 1000 Bio 100% essentiel

Premier Acérola bio clean : acérola, sucres légers, coco & raisin, arôme naturel de cerise, amidon de riz et gomme d'acacia pour le croquant, les tout dans un tube 100 % recyclable !

Société : THERA SANA

Date de lancement : 01/06/2019

Marché : Les consommateurs de magasins bio

Continent de destination : Europe

Prix : 5,20 € HT



L'avis du Jury

Une innovation éco-responsable du produit à l'étui ! Contenant uniquement des ingrédients essentiels, ces comprimés au bon goût naturel de cerise et sans excipients de synthèse, sont proposés dans un tube 100% recyclable !

Trophée d'Argent

L'unique ginseng français – 6 ans d'âge

Poudre de racines de ginseng rouge français (cultivé, récolté, transformé en France et en cours de certification bio). Titré à 20mg de ginsénosides par prise. 6 ans d'âge. Totum garanti.

Société : JARDINS D'OCCITANIE

Date de lancement : 20/05/2019

Marché : Hommes, femmes adultes – toutes catégories socio-professionnelles

Continent de destination : Afrique, Amérique du Nord et Centrale, Amérique du Sud, Asie, Europe, France, Océanie

Prix : 42,56 € HT



L'avis du Jury

Il s'agit du premier ginseng rouge cultivé en France ! Une production française raisonnée qui offre aux consommateurs des garanties sanitaires optimales et une meilleure traçabilité. Contenant 100% de pure poudre de racine de Ginseng Rouge, ce produit se suffit à lui-même dans son utilisation ! Le jury a également beaucoup apprécié le pot en verre élégant et recyclage dans lequel est proposé la poudre.



CATÉGORIE COSMÉTIQUES & HYGIÈNE

Trophée d'Or

Dentifrice charbon végétal - Coslys

Dentifrice certifié bio, enrichi au charbon végétal de Pins français. Aux huiles essentielles de citron et de menthe poivrée. Blanchit et purifie tout en douceur. Sans dioxyde de titane.

Société : COMPTOIR DES LYS

Date de lancement : 10/01/2019

Marché : Hommes, femmes, enfants

Continent de destination : Europe, France

Prix : 4,71 € HT



L'avis du Jury

La formule de ce dentifrice made in France est enrichie d'un ingrédient innovant : du charbon végétal de pins français, pour une action blanchissante et purifiante ! Les huiles essentielles de citron et de menthe apportent une agréable touche de fraîcheur. Le design original du packaging a également été apprécié du jury.

Trophée d'Argent



P'tit Briochin Gel lavant 2en1 Corps & Cheveux - Cosmos Organic

Parce que le bon sens n'a pas d'âge, Briochin souhaite partager avec les plus jeunes son savoir-faire artisanal et lance 3 recettes 2 en 1 Corps & Cheveux certifié Bio rien que pour eux.

Société : HARRIS BRIOCHIN

Date de lancement : 01/03/2019

Marché : Enfants

Continent de destination : France

Prix : 3,32 € HT

L'avis du Jury

La formule de cette gamme de gel douche ne contient que 12 ingrédients, contre le double en moyenne pour les autres produits du marché. De plus, chacun de ces ingrédients est expliqué à l'arrière du packaging. Cette démarche éducative et la transparence de l'entreprise bretonne ont particulièrement retenu l'attention du jury, qui a également apprécié les parfums originaux associés à l'enfance : Coquelicot, Trèfle et Pâquerette.

Notre recette en toute transparence et sincérité!

INGRÉDIENTS : AQUA = de l'eau purifiée, GLYCERIN = un peu d'hydratant, COCO-BETAINE et DÉCYL GLUCOSIDE = un peu de moussant, KAOLIN = un aspect crémeux, PARFUM = du parfum 100% naturel, XANTHAN GUM = un effet Gel, SODIUM BENZOATE = pour la bonne conservation du produit, ALOE BARBADENSIS LEAF EXTRACT* = un extrait d'aloé vera, TRIFOLIUM REPENS EXTRACT = un extrait naturel de trèfle, SODIUM HYDROXIDE et CITRIC ACID = des contrôleurs d'acidité.



CATÉGORIE PRODUITS ET SERVICES POUR LA MAISON ET LA PERSONNE

Trophée d'Or

Bloc WC – Etamine du Lys

Le premier bloc WC Ecodétergent certifié. 3 en 1 : nettoie, détartre et désodorise. Parfum : menthe eucalyptus.

Jusqu'à 4 semaines d'efficacité. Certifié par ECOCERT Greenlife.

Emballage 100 % plastique recyclé

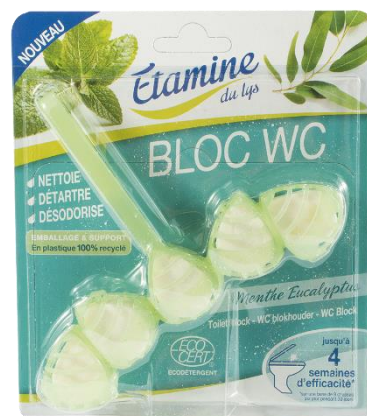
Société : COMPTOIR DES LYS

Date de lancement : 01/06/2019

Marché : Hommes, femmes

Continent de destination : Europe, France

Prix : 2,63 € HT



L'avis du Jury

Véritable innovation, ce produit est le premier bloc WC écocertifié sur le marché !

En effet, en plus de sa formule sans javel avec 100% des ingrédients d'origine naturelle, son emballage et son support en plastique sont 100% recyclés !

Trophée d'Argent



Brossette Interdentaire en bambou

Une brosse interdentaire en bambou issu de plantation raisonnée pour prendre soin de ses dents tout en évitant la plastique pour préserver notre planète

Société : CED

Date de lancement : 10/05/2019

Marché : Tout le monde

Continent de destination : France

Prix : 3,75 € HT

L'avis du Jury

En plus de prendre soin de leurs dents, grâce à cette innovation qui propose une alternative au plastique, les consommateurs peuvent désormais prendre soin de la planète ! Il s'agit en effet des premières brosses interdentaires en bambou, issu de plantation raisonnée.

NATEXBIO : 3 000 ENTREPRISES

MOTEURS DE LA CROISSANCE BIO

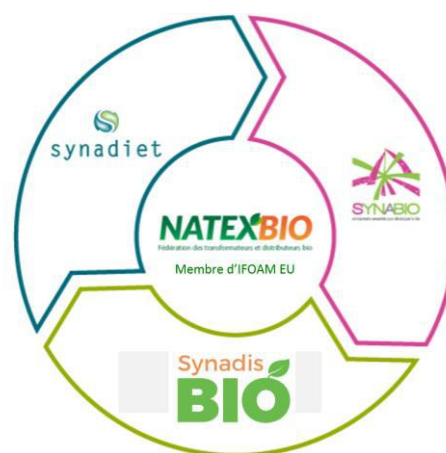
NATEXBIO représente à la fois des entreprises de production et de transformation de matières premières bio, les compléments alimentaires ainsi que des entreprises de distribution de produits bio.

En termes économiques, NATEXBIO, au travers de ses membres, représente plus de 3 000 PME/TPE, 20 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires annuel des entreprises de l'ordre de 5 milliards d'euros : un marché en expansion correspondant à l'évolution des attentes des consommateurs de plus en plus sensibles à leur bien-être et à la préservation de la planète, et ceci dans le contexte d'un développement durable.

3 syndicats professionnels réunis

NATEXBIO regroupe 3 syndicats professionnels :

- **SYNADIET** : Syndicat National des compléments alimentaires.
- **SYNABIO** : Syndicat National des entreprises bio au service de la filière agriculture biologique.
- **SYNADISBIO** : Syndicat National des distributeurs spécialisés de produits biologiques et diététiques.



Si la Fédération NATEXBIO ne regroupe selon ses statuts que des syndicats professionnels, elle reste attentive à rassembler les autres structures professionnelles Bio avec qui elle souhaite entretenir un courant régulier d'échanges et œuvrer ainsi à ce que les professionnels puissent parler d'une seule voix. Dès maintenant, elle entretient des liens privilégiés avec Cosmebio, F.V.B et IFOAM EU.

Pour organiser des actions à vocations commerciales et suivre la réglementation fiscale, une filiale dénommée Bio-Diet Exécutive a été créée.

Des professionnels à l'écoute du marché

NATEXBIO est composé de 8 administrateurs(-trices), tous issus d'entreprises majeures du marché, sous la responsabilité de son Président assisté d'un chargé de missions.

Président : **Claude GRUFFAT**
Président de Biocoop

Administrateur – Trésorier : **Brooks WALLIN**
Président Directeur Général des sociétés Organic Stories,
Favrichon et Vignon, Pro sain

Chargé de missions : **Francis VALLUET**

Administrateurs(-trices) :

- **Françoise BEUNARDEAU**, Administratrice de Synadis Bio et Gérante de la société GVA Bio
- **Arnaud de SAINT-TRIVIER**, Administrateur du Synadinet et co-gérant de THERA-SANA
- **Philippe LARATTE**, Vice-Président et trésorier de Synadinet, Secrétaire général de Cosmébio et co-gérant d'Anoë
- **Yves REMY**, Président de Synadis BIO
- **Jean VERDIER**, Administrateur de Synabio
- **Allon ZEITOUN**, Administrateur du Synadis Bio et Directeur Général de Naturalia

Les actions majeures de Natexbio :

- *Défendre les intérêts matériels et moraux de la profession*
- *Organiser des formations notamment à l'intention des adhérents et de ses membres*
- *Diffuser des informations au travers de supports papier ou électronique*
- *Conseiller les éventuels créateurs d'entreprises de fabrication ou de distribution*
- *Organiser des colloques et des salons dont notamment NATEXPO*
- *Mener des études sur le secteur*

SPAS ORGANISATION

LE PLUS GRAND ORGANISATEUR EN FRANCE

DE SALONS GRAND PUBLIC ET PROFESSIONNELS DÉDIÉS AU BIO, AU BIEN-ÊTRE, À L'ART DE VIVRE ET AU DÉVELOPPEMENT DURABLE

SPAS Organisation totalise 30 manifestations au niveau national :

- DES SALONS BIO : Marjolaine, Vivre Autrement, Bio&Vegan, ViniBio, Vivez Nature (octobre & janvier), Naturally, Noël en Bio, NATEXPO (Paris & Lyon)
- DES SALONS BIO EN RÉGION : Zen & Bio (Angers, Nantes, Tours & Bordeaux), Respire La Vie (Vannes, Rennes, La Rochelle, Poitiers), Artemisia (Marseille), Naturabio (Lille), Vivez Nature (Lyon).
- DES SALONS BIEN-ÊTRE ET ART DE VIVRE : Bien-être Médecine douce & Thalasso (Paris, Lyon & Marseille), Les Thermalies (Paris & Lyon), Zen, Saveurs des Plaisirs Gourmands, Salon des Thérapies, Go Healthy (Paris, Lyon & Marseille)

Un Comité de Sélection propre à chaque salon s'assure que les critères de qualité sont respectés pour tous les produits et services présentés, dans le respect d'une démarche éthique et environnementale.

Autour de ces salons, socle de l'activité de l'entreprise, SPAS Organisation déploie de nouveaux services à l'attention de ses exposants :

La marketplace sevellia.com

Dédiée aux produits biologiques, naturels et éco-responsables, sevellia.com permet aux exposants de proposer leurs produits avant, pendant et après les salons. [Sevellia.com](https://sevellia.com) regroupe 375 vendeurs et 20 000 références.

La Politique de Développement Durable de SPAS Organisation

SPAS Organisation s'engage dans le processus de certification ISO 20121 – L'Évènementiel pour un développement durable.

La certification ISO 20121 de l'ensemble des salons SPAS est une démarche qui s'inscrit dans la continuité de ses engagements afin de toujours mieux maîtriser les impacts environnementaux de tous ses événements.

L'équipe NATEXPO :

Patricia Berthomier-Massip	Présidente
Loïc Le Men	Directeur Technique
Pascale Boyer	Directrice Commerciale
Eric Faure	Directeur Marketing
Valérie Lemant	Event Manager
Emily Gambaro	Chef de projet International
Florence Roublot	Chef de projet France + régions
Solène Bryon	Chef de projet Développement
Eric Faure	Directeur Marketing
Carine Cantagrel	Directrice Communication
Marion Elie	Chargée de Communication



Un salon de
NATEXBIO
Fédération des transformateurs et distributeurs bio
www.natexbio.com

Organisé par
Spas
Organisation
www.spas-expo.com

Toutes les infos de
NATEXPO
SUR
www.natexpo.com

 Facebook (Natexpo)
 Twitter (@Natexpo)
#Natexpo2019

NATEXBIO, fédération française de la filière bio, membre du réseau IFOAM EU, a comme membres SYNADIS BIO, SYNADIET et SYNABIO et des liens avec Cosmébio, la FNAB et France Vin Bio.

SPAS ORGANISATION est le plus grand organisateur en France d'événements grand public et professionnels dédiés au bio, au bien-être, à l'art de vivre et au développement durable. Spas Organisation totalise 30 manifestations : des manifestations dédiées aux produits biologiques, des salons autour du bien-être et de l'art de vivre, le réseau des salons Zen & Bio en région, ainsi que la place de marché digitale sevellia.com
SPAS ORGANISATION - 160 bis rue de Paris – CS 90001 - 92645 Boulogne-Billancourt Cedex - France
Tel : +33 (0)1 45 56 09 09 / Fax : +33 (0)1 44 18 99 00

L'équipe Adocom RP, Sandra, Diana, Anaïs & C° – Service de Presse de NATEXPO
vous remercie de votre attention.

Tél : 01 48 05 19 00 – Courriel : adocom@adocom.fr

ADOCOM®-RP

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION

11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris - Tél : 01.48.05.19.00 - Fax : 01.43.55.35.08

e-mail : adocom@adocom.fr - site : www.adocom.fr

Qualification : Agence Certifiée OPQCM

ⁱ Groupe Xerfi

ⁱⁱ Agence Bio, 2019

ⁱⁱⁱ Agence Bio, 2019

^{iv} Le Point, 06/05/2019

^v Biodiversity Barometer, UEBT, 2018

^{vi} Agence Bio, 2019

^{vii} Agence Bio, 2019

^{viii} Le Monde, 1^{er} Juin 2019

^{ix} Obsoco, Octobre 2018, dans LSA

^x WWF, <https://www.futura-sciences.com/planete/actualites/ocean-deux-fois-plus-dechets-plastique-oceans-ici-2030-alerte-wwf-56418/>

^{xi} <https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/actu/0600243077889-jho-la-pepote-nantaise-veut-renverser-le-marche-de-l-hygiene-intime-325367.php>

^{xii} <https://www.20minutes.fr/sante/2527419-20190528-serviettes-tampons-bio-protections-regles-mettent-vert>

^{xiii} Mintel

^{xiv} Global Data, Forbes 02/11/2018

^{xv} Xerfi, Ouest France 16/05/2019

^{xvi} <https://nutrifusion.com/study-consumers-favor-term-plant-based-over-vegan/>

^{xvii} JWT Intelligence