



## **NATEXPO 2021 À PARIS : TOUTE LES NOUVELLES TENDANCES BIO RÉUNIES POUR UNE ÉDITION D'EXCEPTION !**

La crise a profondément marqué les habitudes de consommation des Français et beaucoup ont décidé de s'orienter vers des produits plus naturels, responsables, locaux, faits-maison... C'est dans ce contexte en mouvement, très favorable aux produits bio et vecteur d'innovations dans le domaine, que les acteurs de la bio se donnent rendez-vous à la rentrée pour NATEXPO 2021, du 24 au 26 octobre à Paris. Cette édition est très attendue des professionnels qui ont envie de se retrouver pour échanger sur les dernières tendances et opportunités du marché. Il s'agit en effet cette année du seul salon de cette ampleur organisé dans le secteur.

NATEXPO 2021 représente ainsi l'occasion exceptionnelle de découvrir toutes les nouveautés et les initiatives prises ces derniers temps par les professionnels de la bio, qui ont fait preuve d'un dynamisme spectaculaire face à la crise. Un nombre record de plus de 1 350 exposants, français et internationaux, sont attendus. Face à cet enthousiasme, NATEXPO prendra même ses quartiers dans le Hall 6 de Villepinte, l'un des deux plus grands du site. Ce salon professionnel historique peut en effet compter sur la fidélité de ses exposants et sur son attrait auprès des nouveaux, qui seront plus de 150 à inaugurer leur participation à l'événement, dont de nombreux intervenants de la « FoodTech », qui mettent la technologie au service d'une meilleure alimentation.

### **Les dernières tendances de la bio à 360°**

Seul salon professionnel à représenter toute la bio à 360°, NATEXPO reflète l'impressionnante énergie d'un univers en pleine croissance dans un contexte de crise sans précédent.

En ligne avec les nouvelles attentes des consommateurs, l'univers de la bio propose des produits et services largement plébiscités dans tous les domaines : alimentation, cosmétiques, hygiène, compléments alimentaires ...

Cette vitalité, inscrite dans des habitudes de consommation en mutation, est également profondément marquée par des attentes de plus en plus fortes en matière de responsabilité sociétale.

Les consommateurs veulent en effet que les entreprises s'engagent au-delà de l'agriculture biologique. Face aux

tendances liées à l'ant-gaspi, au zéro-déchet, à l'upcycling, à l'approvisionnement local, à la décarbonation, à la saisonnalité, à la juste rémunération de tous les maillons... les enjeux sont nombreux pour les entreprises et tous les secteurs sont concernés.

### **Le rendez-vous des entreprises innovantes**

C'est pourquoi NATEXPO propose pour la première fois cette année de réunir les entreprises innovantes dans le domaine au sein d'un nouvel espace « Eco-Produits / Eco-Services », avec une partie dédiée à la « Food-Tech ». Ce nouveau pôle complète la vision à 360° des dernières tendances de la Bio offerte par ce salon unique en son genre, autour des secteurs clés : Alimentation, Ingrédients, Cosmétiques et Hygiène, Compléments alimentaires, Services et équipements pour le magasin et les marques.

## Un salon ouvert sur l'international

Parmi le millier d'exposants ayant d'ores et déjà annoncé leur présence à NATEXPO 2021, plus de 200 feront le déplacement depuis l'étranger. Ce rendez-vous parisien représente en effet une occasion exceptionnelle et très attendue d'échanger avec des acteurs de la bio de tous horizons et de découvrir toute l'actualité et les innovations du secteur. Les intervenants internationaux viendront d'Italie, de Belgique, d'Allemagne, d'Espagne, des Pays-Bas, de Grande-Bretagne, de République tchèque, de Suisse, de Grèce, des États-Unis, etc.

## 3 jours de rencontres et d'échanges

Au plus près des attentes des professionnels, NATEXPO constitue 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 proposera des animations, des conseils, des conférences pour tout connaître de l'actualité de la bio en France et dans le monde. Parmi les nombreuses innovations présentées sur le salon, les visiteurs découvriront en particulier les lauréats des Trophées NATEXPO qui récompensent les nouveautés du marché. Ils auront également l'occasion d'explorer, via la Galerie des Nouveautés, les nouvelles tendances du moment, que ce soit dans le domaine de la santé, de la gastronomie, du minimalisme, ou des nouveaux ingrédients. Dans cet espace, plus de 150 produits sont présentés.



## En attendant le salon :

### des webinars mensuels pour décrypter l'actualité bio

En attendant les rencontres et les échanges qui auront lieu sur le salon, placés sous le signe du respect des mesures sanitaires en vigueur, les équipes NATEXPO ont lancé un rendez-vous mensuel en distanciel. Il s'agit de webinars pour faire un tour d'horizon des dernières actualités de la bio : tendances, distribution, consommation, économie circulaire... Pendant une heure de visioconférence en direct, des experts partagent leur expérience. Tous les webinars organisés depuis mars dernier sont accessibles en replay sur la plateforme dédiée : <https://webinars-natexpo.eventmaker.io/>

A ce jour, près de 2000 personnes sont inscrites à ces rendez-vous, et plus de 700 replays ont été vus, en cumulé sur toutes ces rencontres.

Le prochain rendez-vous aura lieu le 31 août à 10h, sur le thème de la consommation. L'inscription est gratuite et s'effectue directement sur le site internet

### **NATEXPO digital : encore plus d'interactivité et de contenu !**

En parallèle du salon physique et pour permettre à un nombre accru de visiteurs internationaux et nationaux d'accéder à l'offre du salon, NATEXPO sera également visible en ligne. Cette plateforme de mise en relation permettra d'accéder à l'ensemble des exposants physiquement présents et même de dialoguer en direct via un module de chat audio et vidéo.

## PAROLE AUX ORGANISATEURS

**Pierrick de Ronne, Président de NATEXBIO**, la fédération des entreprises de transformation et de distribution de produits biologiques et écologiques à l'initiative du salon :



*« Les crises sont des moments de prise de conscience personnelle et collective. Elles permettent et nécessitent des dynamiques de solidarité. Seule la solidarité permet de sortir des moments difficiles ! Au sein de la fédération NATEXBIO, nous nous sommes immédiatement mobilisés pour faire face à ce contexte inédit en nous serrant les coudes.*

*Ce qui est à noter, c'est que cet élan ne s'est pas arrêté et que nous l'amplifions pour inscrire cette solidarité sur le long terme. La fédération NATEXBIO a insufflé la création de la Maison de la Bio.*

*La Maison de la Bio s'inscrit dans une volonté de préserver les valeurs fondatrices de la bio, gages de crédibilité pour les consommateurs, au-delà de la seule certification des produits, et de promouvoir une Bio responsable. Nous croyons que la Bio est le moteur d'un projet de société écologique et solidaire, basé sur le développement d'un modèle agricole biologique certifié et d'un développement économique de filières s'appuyant sur le respect et la santé du vivant, des écosystèmes et de l'humain.*

*La Maison de la Bio se donne pour mission de Fédérer et entreprendre pour une société durable et solidaire. Elle sera fondamentalement un lieu d'échanges, de concertation et de communication, ouverte à d'autres structures régionales ou nationales dans tous les domaines de la bio, dans l'alimentaire, les cosmétiques, les produits de santé et d'autres filières qui valorisent la démarche bio.*

*Le salon NATEXPO sera un moment important pour la Bio de se retrouver, d'échanger et de se projeter ensemble ! »*

**NATEXBIO**

Fédération des transformateurs et distributeurs bio



**Patricia Berthomier-Massip,  
Présidente de SPAS Organisation,  
société organisatrice de NATEXPO :**

*« Nous n'avons jamais cessé de croire à notre édition 2021 de NATEXPO et aujourd'hui, tout prouve que nous avons eu raison d'y consacrer toute notre énergie !*

*Déjà, l'an passé, NATEXPO était le seul événement de cette envergure à avoir ouvert ses portes. C'était en septembre, à Lyon. La présence et les retours des acteurs de la bio, exposants comme visiteurs, nous ont confortés dans l'idée que nous avons eu raison d'oser.*

*Nous avons donc continué sur cette ligne et nous n'avons pas un seul instant douté que la filière serait à nouveau au rendez-vous en 2021.*

*La force et la légitimité de NATEXPO, la solidité du marché de la bio, la détermination et la conviction de NATEXBIO conjointe à celle de SPAS Organisation à avancer, la fidélité d'exposants qui constituent le socle du salon, ajoutées à l'intérêt de nouveaux acteurs qui ont rejoint l'aventure ont été les leviers essentiels de cette dynamique.*

*Nous savons aujourd'hui que NATEXPO 2021 Paris pourra ouvrir ses portes dans les meilleures circonstances qui soient – toujours dans le respect des gestes barrières et d'un protocole sanitaire strict, avec des mesures d'accompagnement dédiées.*

*Nous nous dirigeons d'ores et déjà vers une édition record avec plus d'un millier d'exposants qui ont annoncé leur participation à NATEXPO 2021.*

*Et ça ne va pas s'arrêter là ! Nous sommes convaincus que la levée progressive des restrictions va contribuer à accélérer la décision de participer de nombreux exposants : il n'y a désormais plus que de bonnes raisons de rejoindre ceux qui ont déjà fait le choix de se retrouver ! »*



## LE SALON EN CHIFFRES



[www.natexpo.com](http://www.natexpo.com)  
[@natexpo](https://twitter.com/natexpo) [#Natexpo2021](https://www.instagram.com/natexpo)



Un salon de Natexbio organisé  
par SPAS Organisation

# SOMMAIRE

## Analyse : exploration des nouvelles tendances bio

Macro-tendance 1 : COVID-19, UNE NOUVELLE ECOLOGIE DE SOI	p.9
Macro-tendance 2 : LES CONTRE-CULTURES GASTRONOMIQUES	p.11
Macro-tendance 3 : LES NATURES INEDITES	p.14
Macro-tendance 4 : LES MINIMALISMES MODERNES	p.16

## Récompenses : les lauréats des Trophées NATEXPO 2021

1 Produits frais	p.22
2 Produits d'épicerie salés	p.23
3 Produits d'épicerie sucrés	p.24
4 Boissons	p.25
5 Compléments alimentaires	p.26
6 Cosmétiques et hygiène	p.27
7 Produits et services pour la maison et la personne	p.28
8 Équipements pour le magasin et les marques	p.29

## Découverte : les jeunes entreprises de l'innovation bio

LE GRAND BAIN – NOUVEAU	p.31
LE VILLAGE FOODTECH – NOUVEAU	p.31
LA PÉPINIÈRE	p.31
LE VILLAGE COSMÉTIQUES	p.31
LE TREMPLIN DES PETITES ENTREPRISES	p.31
LE LAB	p.31

## Panorama : le tour de la bio à 360°

NATEXPO Digital	p.33
Point de repère : le plan du salon 2021	p.34
Eco-produits / Eco-services : des engagements au-delà de la bio	p.35
Alimentation : un concentré de bio !	p.36
Cosmétiques et hygiène : au cœur du bien-être des consommateurs	p.37
Compléments alimentaires : un marché en pleine forme	p.39
Ingrédients : la recette du succès	p.40
Services et équipements pour le magasin et les marques : pistes et outils pour valoriser l'offre bio	p.42

## Animations : la bio vue par des experts

Le Forum Natexbio : L'actualité du secteur bio	p.45
Le Forum des Bio-Tendances : Un espace pour échanger avec des experts métier	p.45
Forum Innovations Cosmétiques : Bien-être et beauté à l'honneur !	p.45
Le Forum des Compléments Alimentaires : Pour tout connaître de la filière	p.45
Le Forum des Ingrédients Bio : La sécurisation des approvisionnements en question	p.45
Les Pitches du Lab	p.46
Le Forum Innovation	p.46
L'Agora	p.46
L'Import/Export Office	p.46
Les conférences de la FEEF	p.46

## *En savoir plus*

NATEXBIO : 5 000 ENTREPRISES MOTEURS DE LA CROISSANCE BIO	p.49
SPAS ORGANISATION	p.51

# ANALYSE : EXPLORATION DES NOUVELLES TENDANCES BIO



© SébastienCarayon

# TREND SOURCING POUR NATEXPO 2021

## - LES TENDANCES DE LA BIO -

### Le nouveau normal

La société et la planète ont été transformées pendant la pandémie. La quête de sens a infusé nos vies.

Durant cette période inédite, le rapport au monde, à la nature, au travail et au foyer a été modifié. Temporairement ou définitivement, pour ceux qui ont choisi de changer de lieu de vie ou de métier, par exemple.

La notion même de la normalité pose question. Une majorité de personnes attendent un retour à la 'normale', tandis que d'autres souhaitent de profondes mutations sociétales. Un Français sur quatre considère néanmoins qu'on ne retrouvera jamais une vie normale<sup>1</sup>. Mais cette lassitude qui a envahi les français semble s'estomper au fur et à mesure que la sortie de 'crise' et la réouverture des lieux progressent...pour un retour à notre vie d'avant ? Peut être juste en surface.

Le Covid-19 et les confinements successifs ont changé la hiérarchisation de nos priorités, mais sans les modifier elles-mêmes. Au plus fort de la crise, les Français plaçaient bien sûr l'épidémie seule en tête de leurs préoccupations (76 %), suivis par le système de santé (42 %) et le réchauffement climatique (33 %)<sup>2</sup>.

Les deux mouvements structurants de la société n'ont donc pas été masqués : la quête de santé et la recherche d'écologie, qui sont bien sûr les deux forces motrices de la bio.

Dans ce paradigme, certaines tendances ont été stoppées, d'autres ont progressé. Si les préoccupations relatives au plastique ont faibli temporairement pour maximiser la sécurité, il est indéniable que la bio continue de prôner le zéro gâchis et le zéro déchet (donc le quasi zéro plastique). Le goût du faire soi-même (D.I.Y), en frais, en bio et en local est revenu plus que jamais. Même si les livraisons à domicile ont explosé – le comportement tout vertueux n'existe pas.

Au final, cette pandémie aura mis en lumière la nécessité de retrouver une certaine souveraineté alimentaire, dans les villes et dans les campagnes. En positif également, le besoin d'être mieux relié aux autres et à la nature, donnant naissance à une solidarité, une empathie et une conscience qui pourraient être les bases d'une nouvelle société.

Oui cette crise a été créatrice d'une autre et possible normalité : l'écologie de soi, le partage et la préservation du vivant.

---

1 Etude Les Français et l'épidémie de Covid-19, Vague 39, Elabe BFM Direct, 2021

2 Baromètre par l'association DataCovid et l'institut Ipsos, Avril 2020



# MACRO-TENDANCE N°1

## COVID-19, UNE NOUVELLE ECOLOGIE DE SOI

### TENDANCE N°1 : LE COVID CARE

Avant la pandémie, la naturalité et la durabilité étaient de mise, sans conditions. Ces mouvements de fond restent présents, mais pour certains, le besoin primaire de sécurité individuelle a pris le dessus.

Face à un environnement perçu comme inquiétant, à des contacts jugés contaminants, de nouveaux réflexes et gestes (barrières) ont été développés. Ces distances réinventent le rapport au monde, à soi et à l'autre. Et ce mode de vie semble perdurer, en attendant qu'une large majorité de la population française soit vaccinée<sup>3</sup>, ou pas...

Ainsi vient l'ère du 'Covid-Care', portant une promesse de désinfection dont la demande est grande...et qui permet même aux marques de parfum de lancer des gels hydroalcooliques plaisants, aux senteurs de oud, bergamote, etc.

Le retour d'un hygiénisme massif a fait fleurir sur le territoire du bio des solutions toujours efficaces et écologiques, pour rassurer et porter valeurs et modes de vie.

#### La preuve en produits :

- Désinfectant main 100% végétal, par **Sonett**
- Spray désinfectant 4-en-1, élimine 99,99 % des bactéries et virus enveloppés avec une action virucide, bactéricide, levuricide, fongicide, par **Mutyne**
- Argent colloïdal spray, 'antimicrobien externe et puissant, il élimine plus de 650 espèces de microbes, virus, bactéries, parasites, moisissures, champignons, par **Vibraforce**



### TENDANCE N°2 : MON IMMUNITE EN PRIORITE

L'obsession 'healthy' est une lame de fond qui s'est amplifiée avec la pandémie. La quête de bonne santé, du sain, s'est alliée à la recherche d'immunité. Celle-ci étant devenue le meilleur rempart naturel pour soi, une sorte d'assurance complémentaire aux gestes barrières.

Si booster l'immunité est toujours une promesse inhérente aux compléments alimentaires, elle vient désormais redéfinir les produits alimentaires et même gastronomiques.

#### La preuve en produits :

- Immunité, supplément alimentaire renforçant la résistance de l'organisme, ainsi que les voies respiratoires, par **Nature SAS**

---

<sup>3</sup> Etude de l'Institut Pasteur, de Santé publique France et de la Haute autorité de Santé, avril 2021

- Apivital sirop pour renforcer son système immunitaire, par **Vibraforce Laboratoire**
- Verduro Ashwagandha, un supplément biologique pour la gestion du stress, le soutien immunitaire, la santé sexuelle, par **My Vitality**
- Lait d’amande curcuma, mariage associe la puissance du curcuma, reconnu pour ses propriétés anti-inflammatoires et son soutien immunitaire, à la douceur de notre lait d’amande, par **La Mandorle**
- Caviar d’ail noir, produit gastronomique qui stimule le système immunitaire et prévient le vieillissement cellulaire, par **Iswari-Samadhi**



### TENDANCE N°3 : LA FORCE DE MON MICROBIOTE

Le microbiote intestinal devient un concept mieux compris et pris en compte par les consommateurs (autrefois nommé ‘flore intestinale’). D’autant plus depuis que le lien scientifique a été établi avec l’immunité individuelle. La tendance des produits à valence microbiotique a donc continué son ascension, pour aller au-delà des ferments lactiques des yaourts et enrichir les boissons pétillantes, jus ‘smoothies’ et même les barres nutritionnelles.

Les ‘bonnes bactéries’, ces pré-, pro- et post-biotiques, sont devenus de véritables alliés renforçant le microbiote.

#### La preuve en produits :

- Olibar, la barre d’olive, qui fournit polyphénols, protéines végétales et aide à équilibrer le microbiome, par **Bionavarre**
- Pur’Biotic, 1er jus pétillant bio combinant Aloé Vera cru et ferments, booste le microbiote intestinal, par **Ciel d’Azur Labs**
- Shoti’Biote Défense – dose quotidienne de 10 milliards de ferments lactiques réactivés sur une base jus de fruits bio lactofermentés, par **Basal Nutrition**
- Bouillon Tomate Céleri, boisson santé (réduit en sel, nettoiyante, entretien le microbiote), par **Cossu**
- Kéfir de brebis, riches en micro-organismes bénéfiques pour la digestion et pour renforcer le système immunitaire, par **Gaborit**
- Nutritional Matcha Smoothie, aidant à booster l’immunité et à améliorer la digestion grâce aux probiotiques, par **Health Link**



## MACRO-TENDANCE N°2 LES CONTRE-CULTURES GASTRONOMIQUES

### TENDANCE N°4 : LA RENAISSANCE APERITIVE

Alors que les bars, restaurants, terrasses sont restés fermés de nombreux mois, la pandémie a permis de repenser la convivialité et le goût.

L'apéritif a été LA parenthèse plaisir dans cette période d'enfermement.

Ainsi, en 2020, les produits salés apéritifs ont connu une progression de +5.6% par rapport à 2019<sup>4</sup>, et ce sont les 'graines' (cacahuètes, noix de cajou, etc.) qui ont bénéficié de la meilleure croissance.

Les apéros virtuels sous confinement/couvre-feu et les repas hybrides déjeunatoires /dînatatoires ont rythmé et réinventé avec facilité le quotidien des familles forcées à cuisiner 3 fois par jour, 7 jours sur 7. Cette créativité pré-repas donne naissance à de nouvelles associations gustatives pour les sauces, 'dips' et autres tartinades, quand elle ne réinvente pas les boissons... pour garder le plaisir de la célébration, sans l'ivresse du collectif.

#### La preuve en produits :

- Chips aux légumes et riz, saveur Sriracha, par **Jil Food**
- Tartinable cajou cacahuètes curry, par **Go Nuts**
- Tartinade de pois cassé à l'estragon, par **Les Délices de l'Ogresse**
- L'Incroyable Ga-Ka-Mole sans avocat, par **SAS Intelligence Culinaire**
- Skyr Apero Poivron Paprika, le premier tartinable Nutriscore A, par **Puffy's**
- Djin Nature Passion, par **Djin Spirits**
- Bulles de raisin, de fines bulles pour donner un air festif à ce pur jus, issu de cépages de Chardonnay, par **Vitamont Carte Nature**
- Base pour cocktail Spritz, par **Terroirs Distillers**



## TENDANCE N°5 : LA NOUVELLE GASTRONOMIE

Privés de voyages, de sorties, de dîners en ville, nos assiettes sont devenues des horizons infinis. S'en est suivi un engouement encore plus massif pour la cuisine et qui devrait durer. En 2021, près d'un foyer sur 5 assure cuisiner plus souvent à l'aide d'ingrédients préparés et plus d'1 foyer sur 3 cuisine plus souvent des plats 100 % fait maison. La pâtisserie tire également son épingle du jeu, avec 40 % des foyers qui déclarent faire de la pâtisserie plus souvent qu'avant le début de la pandémie. Et une grande partie a l'intention de continuer à cuisiner. 61 % pensent en effet rester sur ces mêmes habitudes, 29 % souhaitent le faire encore plus souvent<sup>5</sup>.

Les marques de la bio ont ouvert les frontières pour concocter des recettes inédites, des associations surprenantes. Des solutions saines et originales.

Une façon de ramener une fraîcheur de surprises dans un univers réduit à son espace de vie, l'exotisme de nouvelles dégustations sans quitter son salon.

### La preuve en produits :

- Les Toquettes par **Carreleon**, des carrés de légumes à cuisiner 100% naturels
- Organic Volcano Rebel, par **Käsebelln GmbH**
- Emietté fruit du jacquier pois chiches et paprika, par **Bonneterre**
- Houmous et cacao, pâte à tartiner protéinée, sans huiles ni épaississants, par **Delikatesse**
- Le yaourt de chèvre à l'hydrolat de verveine citronnée, par **La Lemance**
- Tablette 70% de cacao et cristaux de bergamote, par **Maison Bonange**
- Bière à l'ail noir, par **L'étuverie**
- Emietté de thon pêche responsable mariné aux algues et graines de lin bio, par **Phare d'Eckmühl**
- Granola boosté à la poudre de grillon, goût original ou paprika par **Kriket**
- Granola à tartiner, sans fruits à coque et réalisé à partir d'avoine et de graines de lin et de tournesol, par **Nü Morning**
- Farine de banane verte, sans gluten, par **Relais Vert**
- Tapi Dream, par **Vegablum**, sirop de tapioca
- Poudre de dattes, alternative saine au sucre en poudre, par **Agro Sourcing**
- Mon tout 1<sup>er</sup> mix d'épices, adapté aux bébés et accompagnant les parents dans l'éducation nutritionnelle et dans le développement du palais de leurs petits, par **Sienna & Friends**



## TENDANCE N°6 : VERY VEGAN

En 2040, 60% de la viande consommée sera artificielle ou végétale (Source : Kearney - LSA 06.21). Par ailleurs, la hausse du marché du végétal a été de 10% en France en un an, à 497M€ (Source : NielsenIQ, CAD à P4 2021, LSA 06.21).

Partie prenante de la transition alimentaire, le véganisme est en train de révolutionner la société, et peut être même l'humanité puisque certains -comme Glenn Albrecht, philosophe de l'écologie- estiment que nous allons basculer de 'l'anthropocène' au 'symbiocène', une ère où l'homme ne cherchera plus à dominer son environnement mais à vivre en symbiose avec.

En attendant, dans un monde devenant conscient du besoin de réduire ses impacts écologiques et ses cruautés, les options pour la transition se multiplient, à mesure que de nouveaux entrants investissent ce paradis de croissance. Le marché du végétal en France a progressé de 10% en un an, pour atteindre 497millions d'euros<sup>6</sup>. Par ailleurs le plan Protéines Végétales est une des mesures phares du volet agricole du plan de relance, avec une enveloppe de 120 millions d'euros. A l'échelle mondiale le segment devrait atteindre 15 milliards d'euros en 2025<sup>7</sup>.

Fromagerie, gastronomie, grillades ou encore recettes et plats préparés... toutes les catégories alimentaires des supermarchés sont et continueront d'être réinventées.

La preuve en produits :

- Vegan bacon, par **Biolab**
- Ya Mousse Au Chocolat Végétal, avec du YA Riz fermenté et de l'Aquafaba, par **Biogroupe**
- Embrasse la vie, première préparation de ferments, brevetée, pour réaliser des "yaourts" végétaux maison en utilisant des boissons végétales du commerce par **Brin de Foli**
- Keftas vegan, par **Nutrition et Santé**
- Tapi Dream, une alternative végétale au miel, par **Vegablum**
- Wheaty Tex Mex Burger, à base de seitan, protéine Wheat, par **Wheaty**
- Bouillon végétal saveur bœuf, par **Ecoidées**
- Crunchy Peas Hummus Classic, par **Landgarten**
- Hâché de pois chiche, tomate séchée, basilic, thym et romarin, et Hâché de lentilles corail, coco, tomate et citronnelle, par **L'Atelier V**
- Protéine végétale complète, dont 70% de protéines de pois et riz, par **Overstims**
- Tempeh d'Okara, produit 100% végétal au soja fermenté, à la texture unique et aux arômes de champignons, par **Sojami**



6 NielsenIQ, CAD à P4 2021

7 GEPV, Groupe d'Etude et de Promotion des Protéines Végétales

## MACRO-TENDANCE N°3 LES NATURES INÉDITES

### TENDANCE N°7 : 'OILDORADO', LES NOUVELLES HUILES

Le répertoire des huiles ne cesse de s'allonger, pour proposer une multitude d'options végétales, au pays de la cuisine historiquement au beurre. De fait, les prédictions annoncent un ralentissement mondial du marché de la star des huiles, l'olive, avec une production globale en stagnation à 3.19 millions de tonnes et une consommation en léger recul (-1,5%)<sup>8</sup>. Pour voir émerger des ors liquides inédits, issus de la cameline, du chanvre, ou encore de la graine de chia...

Un eldorado, ou plutôt 'oildorado', puisque le répertoire des graines et oléagineux est vaste.

#### La preuve en produits :

- Huile vierge de cameline, par **Corab Cooperative**
- Huile vierge de cameline par **Huileries Cauvin**
- Huile de chia, par **Vit'all+**
- Huile Olyphénol, issue d'une récolte précoce d'olives vertes, par **Bio Planète**
- Huile de chanvre toastée, par **Les Chanvres de l'Atlantique**



8 Note du Conseil oléicole international (COI), 2021

## TENDANCE n°8 : LE SACRE DU CHANVRE

Alors que le chanvre et le CBD (ou cannabidiol, la molécule non psychotrope du cannabis) font un tabac depuis plusieurs années outre-Atlantique, tant en alimentaire qu'en cosmétique, la France s'était montrée prudente. Deuxième producteur mondial, avec environ 8000 hectares cultivés (essentiellement destinés à un usage industriel)<sup>9</sup>, la France autorisera bientôt l'utilisation des extraits de chanvre français, en particulier du cannabidiol dans les produits finis (NB : la France interdisait son extraction et les produits déjà en vente contiennent du CBD d'origine étrangère<sup>15</sup>).

Le chanvre devient visible tant dans les salles de bain que dans les cuisines : il se retrouve dans des shampoings, petits déjeuners ou encore pâtes à tartiner. Un ingrédient d'antan, garantie sans effet planant mais relaxant !

### La preuve en produits :

- Huile de chanvre toastée, par **Les Chanvres de l'Atlantique**
- Capsules Omega 3 & 6 végétal, à base d'huile de graines de chanvre, par **Les Chanvres de l'Atlantique**
- Pâte à tartiner Kinanja à 42% à base de chanvre, par **Aromandise**
- Torsade au chanvre, par **Biovence Lazzaretti**
- Eveil du Bouddha, extra protéine, cacahuète & banane, formulé avec de la protéine de chanvre blanc, par **Iswari-Samadhi**
- Shampoing au chanvre, par **Lao**
- Après-shampoing solide Matin d'été, aux beurres de végétaux et à l'huile de chanvre, par **Belice**



<sup>9</sup> <https://weedy.fr/la-culture-du-chanvre-en-france/>

## MACRO-TENDANCE N°4

# LES MINIMALISMES MODERNES

### TENDANCE N°9 : L'ASCENSION DU VRAC

La pandémie a freiné en 2020 et 2021 la progression du vrac, puisque ces zones en supermarché étaient fermées et que les consommateurs ont opté pour des solutions du type 'click & collect'.

Néanmoins, début 2020, limiter les emballages était la résolution N°1 des Français<sup>10</sup>.

Nul doute que cette préoccupation va revenir sur le devant de la scène, en parallèle avec la préservation de la planète. D'autant qu'en 2030, la France devrait imposer de proposer une certaine quantité de vrac dans les magasins de plus de 400 m<sup>2</sup> : au moins 20 % de leur surface de vente de produits de grande consommation, ou un dispositif d'effet équivalent exprimé en nombre de références ou en proportion du chiffre d'affaires, à la vente de produits présentés sans emballage primaire.

L'étendue du vrac est annoncée car ce mode d'achat permet de combiner écologie et surtout économies ! En effet, pour 37% des Français, le vrac permet d'abord d'acheter la juste quantité souhaitée quand 22% le choisissent afin de réduire leurs déchets d'emballage.<sup>11</sup>

Ce tournant du vrac, en alimentaire, trouve son pendant en hygiène & cosmétique, avec les solutions de 'refill' /remplissage. La recharge devient une expérience et plus seulement une étape supplémentaire de l'acte d'achat.

Un autre gagnant de ce mouvement est l'emballage zéro déchet : biodégradable, compostable, sans plastique et réutilisable. Grâce à de nouveaux procédés et des 'low tech' qui ne cessent de sortir... pour réduire empreinte plastique et déchets.

#### La preuve en produits :

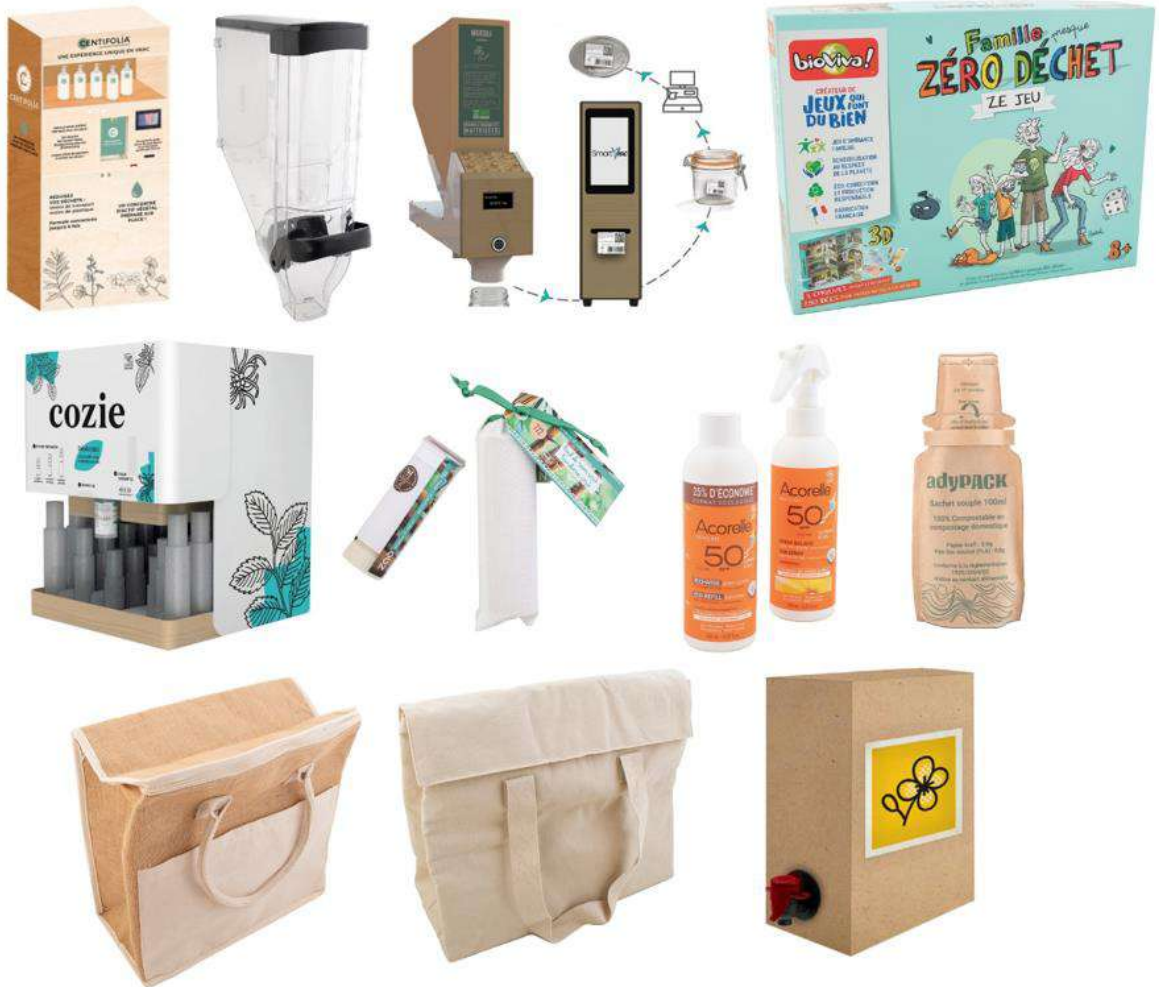
- Orêka, le 1er distributeur offrant une expérience unique en vrac proposant des formules concentrées, diluées devant vos yeux avec un large choix de parfum, par **Centifolia**
- Trémie Bulk It ! Une trémie optimisée pour la vente en vrac, par **Sitour**
- Vracomètre ou la réinvention de la vente en vrac grâce à des silos automatisés avec pesée à la source, qui repensent l'expérience shopper & commerçant, par **Smartvrac**
- Ze Jeu, jeu familial pour découvrir astuces et bonnes pratiques du (presque) Zéro Déchet, par **Vioviva Editions**
- La Dozette par **CoZie**
- Fond de teint multifonction en stick rechargeable, par **Zao**
- La toute première recharge de spray solaire SPF50, par **Acorelle**
- Le sachet AdyPack, sans plastique, compostable, refermable, pour les gélules, les poudres et sels cosmétiques et les épices et herbes aromatiques, par **Ady Pack SAS**
- Sac Isotherme Jut 59, par **Feel-Inde**
- Sac isotherme écologique, par **Les Mouettes Vertes**

10 Etude Nielsen, 220, publiée par Réseau Vrac

11 Etude Nielsen, 220, publiée par Réseau Vrac



- Offre Zéro : Programme objectif Upcycling Bag in Box, par **Jean Bouteille** : « Nous supprimons le dernier déchet du commerçant vrac en récupérant les poches BIB pour leur donner une seconde vie. Nous avons démarré la phase de collecte pour boucler la boucle ! »



## TENDANCE N°10 : LE SUCCES DU SOLIDE

C'est avant tout un succès beauté, qui inspire tous les segments de la cosmétique.

En 2020, les ventes de shampoings solides en grandes et moyennes surfaces ont explosé pour atteindre une croissance de 422% en valeur<sup>12</sup>. Après l'hygiène, ces formats bousculent les soins et même les protections solaires.

Nouvelles gestuelles, empreintes réduites (de plastique, eau et carbone), sans conservateur (puisque sans eau et donc sans bactéries), cette nouvelle galénique semble avoir tout pour elle ! Au point de venir aussi inspirer les produits ménagers comme la vaisselle, via un pain solide, plutôt qu'un liquide.

### La preuve en produits :

- Baume bio solide à presque tout faire, par **Beauty Garden**
- Poudre solaire SPF30, par **LolyBio**
- Shampoing solide Argile verte du Velay, par **Cosmetosource**
- Shampoing solide Douceur Bio La Corvette, par **Savonnerie du Midi**
- Démaquillant solide, par **Lamazuna**
- Crème solaire minérale solide à l'huile de Moringa, par **Comme Avant**
- Gelée Micellaire Solide Dermatherm, par **Laboratoire Gravier**
- Solide vaisselle Main Bio Harmonie Verte, par **Laboratoire Gravier**
- Mon nettoyant multi-usage en pastilles, par **Anotherway**
- Démaquillant solide pour les yeux, par **Autour du Bain**
- Shampoing solide aux 18 plantes actives, par **Le Secret Naturel**
- Savon Vaisselle à l'Aloe Vera Ecocert par **Savonnerie du Midi**



12 <https://fr.fashionnetwork.com/news/La-cosmetique-solide-un-marche-qui-prend-du-poids,1265615.html>

## TENDANCE N°11 : L'UPCYCLING, COMME NOUVEAU STANDARD

Désormais 94% des Français déclarent faire attention au gaspillage alimentaire et un Français sur deux se sent même coupable au moment de jeter un produit. Mieux encore, également un sur deux pratiques au moins 5 gestes anti-gaspillage au quotidien<sup>13</sup>, ce qui montre que la refonte des comportements est en marche. De nouvelles habitudes émergent pour toute la famille, afin de transformer le système consumériste en une boucle (i.e. Economie circulaire), si ce n'est vertueuse, au moins avec un impact réduit.

Dans un monde que l'on voudrait zéro déchet, 'l'upcycling' (ou surcyclage, une pratique particulière de recyclage<sup>16</sup>) devient une valeur cardinale pour les marques et les individus, notamment les jeunes générations. En 2020, 31% des jeunes Français (35% des 18-24 ans et 29% des 25-34 ans) ont déjà acheté un ou des produits issus de l'upcycling, contre 23% des Français dans leur ensemble.<sup>14</sup>

Les marques réinventent leurs formules, leur process, pour identifier, transformer, revaloriser nos déchets. De véritables mines d'or qui passent le plus souvent à la poubelle. Qui a dit que la sobriété heureuse ne pouvait rimer avec la créativité ?

### La preuve en produits :

- Opti'Biote, préparation bio pour cake salé, à base de farine de drêches blondes (revalorisation de drêches de brasseurs), par **Basal Nutrition**
- Kit de contenus anti-gaspi remettant au goût du jour des astuces et recettes de grand-mère pour ne plus rien jeter, par **Save Eat**
- Perlucine, poudre de shampoing à la coquille d'huître blanche, par **Entre Mer et Terre**
- Farine de noisettes déshuilée, à utiliser comme protéine végétale pour enrichir vos plats, issue de co-produits de l'industrie agroalimentaire, par **Les Gourmands Exigeants**



13 Étude OpinionWay-Smartway : Les Français et le gaspillage alimentaire, 2021

14 Yougov, 2020

(15) LSA/ l'Union des industriels pour la valorisation des extraits de chanvre. « Si la réglementation clarifiera le statut non stupéfiant du CBD, l'utilisation commerciale de la fleur entière et des feuilles demeurera interdite pour éviter la confusion avec les produits stupéfiants. »

(16) L'upcycling est une pratique particulière de recyclage produit dont le principe est de recycler une matière sous la forme d'un produit considéré comme ayant plus de valeur que le produit dont elle est initialement issue. <https://www.definitions-marketing.com/definition/upcycling/>

# RÉCOMPENSES LES LAURÉATS DES TROPHÉES NATEXPO 2021



© SébastienCarayon

## TROPHÉES NATEXPO 2021 :

### LES MEILLEURES INNOVATIONS BIO RÉCOMPENSÉES

Reflète du dynamisme exceptionnel de la bio, les Trophées NATEXPO récompensent depuis 2005 les produits les plus innovants, utiles, pratiques et originaux mis sur le marché pendant l'année. Cette année, ce sont plus de 330 produits, soit 40% de plus qu'en 2019 – un record ! – qui ont été soumis au jury, dans 8 catégories :

- Produits frais,
- Produits d'épicerie sucrés,
- Produits d'épicerie salés,
- Boissons,
- Compléments alimentaires,
- Cosmétique et hygiène,
- Produits et services pour la maison et la personne,
- Équipements pour les magasins.

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 éco-produits, Et des services et équipements pour le magasin.

### Un jury d'experts

Les lauréats ont été désignés, le 18 juin 2021, par un jury d'experts, composé de professionnels du secteur et de Junior-Entreprises, ainsi que de journalistes de la presse spécialisée, professionnelle et grand public.

Le jury était composé de :

- Mirabelle BELLOIR / Chef de Rubrique Hygiène LSA
- Olivier COSTIL / Rédacteur en Chef du Monde du Bio Gourmet
- Noé CHENEVARD / Vice-président de la CNJE (Confédération Nationale des Juniors Entreprises)
- Anne DUPUY / Spécialiste mode bio écologique
- Camille HAREL / Chef de Rubrique LSA
- Angélique HOULBERT / Diététicienne et chroniqueuse sur France 5
- Laure JEANDEMANGE / Rédactrice en Chef Les Nouvelles Esthétiques
- Antoine LEMAIRE / Directeur de la Rédaction Biolinéaires
- Isabelle MARTINET / Journaliste France 2
- Philippe MILLET / Journaliste Actif's Magazine – Nutrifarm Magazine
- Christine RIVRY-FOURNIER / Rédactrice en Chef BIOFIL

### L'Espace Trophées NATEXPO 2021, vitrine des meilleures innovations de l'année

Dès l'entrée du salon, les visiteurs pourront découvrir les produits lauréats des Trophées NATEXPO 2021, au sein d'un espace dédié. La cérémonie de remise des Prix se tiendra le dimanche 24 octobre à 17h sur le stand de la fédération Natexbio (K32).





## CATÉGORIE PRODUITS FRAIS

### Trophée d'Or

Skyr Apéro Poivron Paprika / **PUFFY'S**

Le Skyr Apéro est le premier tartinable "Nutriscore A" pour prendre soin de sa santé lors de moments conviviaux, sans aucun complexe ni aucune concession !

**Date de lancement** : 20/10/2020

**Zone de destination** : Europe, France

**Marché** : Femmes soucieuses de leur ligne lors de l'apéritif.

**Prix** : 3,30 € HT

### L'avis du Jury

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

**Le mot du lauréat** : « Puffy's est une entreprise spécialisée dans les produits sains et gourmands à base de SKYR, tous nos produits sont 100% biologiques, français, nutriscore A et écoscore A ! Cette année, nous avons sorti des "SKYR apéritifs", les premiers tartinables sans matières grasses et très gourmands, pour un apéro totalement décomplexé ! »

### Trophée d'Argent

Le Yaourt de Chèvre à l'hydrolat de verveine citronnée / **LA LEMANCE**

Fabriqué en Vendée, ce yaourt inédit associe la délicatesse du lait de chèvre, le goût subtil de l'hydrolat d'huile essentielle et toute la puissance acidulée du coulis de citron.

**Date de lancement** : 01/09/2020

**Continents de destination** : Europe, France

**Marché** : Femmes et Hommes.

Catégorie CSP +, adeptes de la bio

**Prix** : 2,79 € HT

### L'avis du Jury

*Bon et équilibré, voici les deux principales qualités retenues par les membres du jury. Les yaourts au lait de chèvre étant encore peu présents sur le marché, le jury a particulièrement apprécié l'alliance entre l'authenticité du crémeux de ce lait et les saveurs de la verveine citronnée.*

**Le mot du lauréat** : « La Lémance, militante et engagée dans la bio depuis plus de 20 ans, vous présente sa dernière recette innovante : le yaourt de chèvre à l'hydrolat de Verveine citronnée. Notre hydrolat est issu de la condensation de la vapeur d'eau, obtenue lors de la distillation de la plante. Ce yaourt est un véritable concentré de plaisir, grâce à la douceur de notre lait de chèvre bio et français, le caractère acidulé du coulis de citron de Sicile et la touche fine et subtile de l'hydrolat de verveine citronnée du Languedoc. »





## CATÉGORIE PRODUITS D'ÉPICERIE

### Trophée d'Or

Petites truites de montagne à l'huile de tournesol et poivre sauvage de Madagascar

#### LA TRUITELLE

Gastronomique et écologique, cette conserve au poivre sauvage propose une expérience gustative inédite entre finesse de chair, équilibre des saveurs et une belle longueur en bouche.

**Date de lancement :** 15/12/2020

**Continents de destination :** Europe, France

**Marché :** Tout public

**Prix :** 8,15 € HT

### L'avis du Jury

*Ce produit a retenu l'attention du Jury car il s'agit de la première conserve labellisée AB. Élaborée à partir de produits de qualité, conjuguant plaisir culinaire et bienfaits, cette conserve a été jugée haut de gamme et a également plu pour son aspect écologique. En effet, ces conserves constituent une alternative à la surpêche des poissons traditionnellement utilisés dans la conserverie de poissons.*

**Le mot du lauréat :** « Parce que gastronomie rime avec écologie, parce que nous avons la passion de l'innovation, parce qu'un produit n'est bon pour nous que s'il est à la fois bon pour la santé et bon pour la planète, nous avons créé La Truitelle, la première conserve de petits poissons fabriquée artisanalement en France et labellisée Agriculture Biologique. »

### Trophée d'Argent

#### Caviar d'ail noir / ISWARI-SAMADHI

Caviar d'ail noir à l'huile d'olive bio, relevé d'une pointe de sel. Produit gastronomique, idéal en toasts ou pour relever vos recettes favorites. Stimule le système immunitaire et prévient le vieillissement cellulaire.

100% ail biologique cultivé et transformé dans la Drôme. Certifié vegan et sans gluten.

**Date de lancement :** 01/10/2020

**Continents de destination :** Europe, France

**Marché :** Tout public

**Prix :** 7,10 € HT

### L'avis du Jury

*Le jury a estimé qu'il s'agit d'une véritable innovation au rayon des condiments. Les jurés ont trouvé ce caviar d'ail noir à la fois original et bon, parfait pour agrémenter les recettes des consommateurs. De plus, la liste courte de produits : 3 ingrédients seulement dont 80% d'ail noir de la Drôme a fini de convaincre les membres du jury.*

**Le mot du lauréat :** « La variété finement sélectionnée de cet ail Drômois, notre secret de fabrication « artisanal » pour obtenir notre ail noir ainsi que l'amour, un peu d'huile d'olive et une pointe de sel que nous mettons dans notre recette font de notre caviar d'ail noir un produit d'exception. Il sera parfait en toasts, pour un apéro gastro, ou pour relever vos recettes favorites (risotto, pâtes, mayo et même sablés sucrés). »





## CATÉGORIE PRODUITS D'ÉPICERIE SUCRÉS

### Trophée d'Or

Crème de coco à fouetter équitable / **BASE ORGANIC FOOD**

Réveillez vos papilles, apportez du pep's et du fun à vos plats salés ou sucrés, la crème de coco à fouetter Base Organic Food est une vraie alternative à la chantilly !

**Date de lancement** : 30/03/2021

**Prix** : 2,75 € HT

**Marché** : Tout le monde

**Continent de destination** : Europe, France

### L'avis du Jury

*Un véritable coup de cœur pour le jury ! La texture chantilly et le goût ont fait l'unanimité auprès des jurés. En plus d'être délicieuse et d'avoir une texture agréable, cette crème de coco, équitable, est tendance et bluffante.*

**Le mot du lauréat** : « Les dealers de coco Base vont enjailler les papilles avec leur innovante crème de coco à fouetter\* ! Aussi savoureuse que crémeuse, elle apportera du pep's à toutes les recettes sucrées comme salées ! » \*Ingrédients : extrait de noix de coco (80%), eau (19%), amidon de tapioca (1%)

### Trophée d'Argent

Farine de noisette déshuilée / **Les Gourmands exigeants (Max de Génie)**

Délicieuse farine à utiliser comme protéine végétale pour enrichir vos plats et abaisser leur indice glycémique. Idéale pour cuisiner avec peu de glucides et sans gluten.

**Date de lancement** : 10/10/2020

**Prix** : 6,60 € HT

**Marché** : Sportifs, végétariens, vegans, pâtisseries

### L'avis du Jury

*Dans la tendance du Do It Yourself et des produits upcyclés, cette poudre est un complément aux farines. Le jury a particulièrement apprécié le fait que ce produit innovant s'adapte à tous les consommateurs et dispose d'un emballage pratique.*

**Le mot du lauréat** : « Max de Génie propose une gamme de 3 farines d'oléagineux, riches en protéines végétales et faibles en glucides. Ces délicieuses farines déshuilées (amande, noisette et cacahuète) sont issues de co-produits de l'industries alimentaires, et sont donc revalorisées. Elles peuvent non seulement être utilisées comme protéines végétales mais également pour apporter des saveurs originales à vos plats sucrés comme salés. »







## CATÉGORIE BOISSONS

### Trophée d'Or

Unaju Yuzu Concombre / **UNAJU**

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

**Date de lancement :** 01/04/2021

**Prix :** 2,00 € HT

**Marché :** Adultes de 30 à 65 ans

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

### L'avis du Jury

*Bon, frais et original, le jury a particulièrement apprécié cette alliance innovante de jus de yuzu bio avec du concombre.*

**Le mot du lauréat :** « Unaju, des jus BIO naturels finement pétillants fabriqués à partir de fruits et de plantes rigoureusement sélectionnés. Très peu sucrées et rafraîchissantes, ces boissons uniques et naturelles sont élaborées avec une seule aspiration : trouver l'accord parfait entre le fruit et la plante. »

### Trophée d'Argent

Maté - Pop caramel / **BIOMATE**

Dotée d'un parfum intense et sucré, cette création caramélisée est une gourmandise par excellence. Profitez des vertus du maté tout en vous régaland d'une saveur de bonbon.

**Date de lancement :** 10/11/2020

**Prix :** 28 € HT

**Marché :** Hommes / femmes

**Zone de destination :** Amérique du Nord et Centrale, Europe, France

### L'avis du Jury

*Le Jury a été conquis par son emballage à l'aspect « premium » et sa saveur gourmande. Les jurés ont ressenti dans le goût - à la fois, intense, sucré et caramélisé -, que cette marque novatrice choisissait ses produits avec attention.*

**Le mot du lauréat :** « Découvrez notre association unique et originale de maté vert et d'infusion Pop Caramel. Dotée d'un parfum intense et sucré, notre création caramélisée est une gourmandise par excellence. Profitez des vertus du maté tout en vous régaland d'une saveur de bonbon. »





## Trophée d'Or

Pur'Biotic, jus pétillant fermenté 98,2% Aloé Vera / **CIEL D'AZUR LABS**

Pur'biotic, 1er jus pétillant bio combinant Aloé Vera cru et ferments, booste le microbiote intestinal. Des bulles rafraichissantes et bienfaitantes au service de votre santé.

**Date de lancement** : 15/04/2021

**Marché** : Hommes, femmes, adolescents plus de 12 ans (Sauf femmes enceintes et allaitantes)

**Continent de destination** : Europe, France

**Prix** : 17,01 € HT

## L'avis du Jury

*Le jury a estimé ce produit original à tous les niveaux : sur la formulation, le positionnement, le conditionnement façon « bière » et le Made In France... De plus, le jury a également été conquis par les certifications de ce jus : bio, vegan, Ecocert... En conclusion : un concept bien abouti qui lui a valu l'OR dans la catégorie compléments alimentaires !*

**Le mot du lauréat** : « Je remercie Natexpo pour ce Trophée d'Or qui est une reconnaissance de l'engagement de Ciel d'Azur Labs dans l'innovation ! Je remercie aussi toute l'équipe pour son dévouement qui a permis de proposer le pétillant « Pur'Biotic », le petit dernier né, complément alimentaire innovant respectueux de l'environnement et qui incarne tous les engagements de Ciel d'Azur Labs. »

## Trophée d'Argent

Jolie Nuit sur mes deux Oreilles / **THERA SANA**

Jolie Nuit c'est comme un rituel du soir pour le sommeil des enfants dès 3 ans. Bio, faible en sucre, il est pratique grâce au p'tit spray et 100% français.

**Date de lancement** : 03/03/2021

**Marché** : Enfants dès 3 ans

**Prix** : 12 € HT

## L'avis du Jury

Un produit pour les enfants, naturel et doux, voici tout d'abord ce qui a plu aux membres du jury. Les jurés ont également estimé que son utilisation par spray et son bon goût étaient parfaitement adaptés aux enfants.

**Le mot du lauréat** : « Diataroma invite à la douceur et à un moment de réconfort grâce à sa formule 100% naturelle, douce et apaisante ainsi qu'aux plantes bio soigneusement sélectionnées. Jolie Nuit est idéale pour s'apaiser au coucher et retrouver un sommeil de qualité. Faire de beaux rêves est maintenant un jeu d'enfant ! Pour le sommeil, la mélisse, le tilleul et l'eschsoltzia fonctionneront à merveille. »





## CATÉGORIE COSMÉTIQUES & HYGIÈNE

### Trophée d'Or

LA crème au calendula BIO / **DRUYDES**

LA crème au calendula bio, enrichie en probiotiques, aide à hydrater, apaiser et nourrir les peaux les plus fragiles, comme les peaux tatouées ou les peaux atopiques (type eczéma)

**Date de lancement** : 01/03/2021

**Zone de destination** : Europe, France

**Marché** : Hommes, femmes, enfants, bébés, soin post tatouage, peaux fragiles

**Prix** : 12 € HT

### L'avis du Jury

*Un effet chantilly réussi, effet waouh dès l'ouverture, voici ce qui a marqué dans un premier temps le jury. Ensuite, sa texture et son odeur ont fini de les convaincre.*

**Le mot du lauréat** : « La crème au calendula Druydès va venir en aide aux peaux fragilisées par un eczéma ou un tatouage, à la peau sensible d'un bébé, aux cheveux abimés, aux barbes drues! Sa texture aérienne facilite son absorption et laisse un toucher sec. La crème au calendula Druydès c'est 96,55% d'ingrédients issus de l'Agriculture Biologique et 100% du total des ingrédients naturels. »

### Trophée d'Argent

Poudre de shampoing à la coquille d'huître blanche / **ENTRE MER ET TERRE SARL**

Le Shampoing PERLUCINE est une formule poudre, minimaliste, à la coquille d'huître blanche, économique, nomade & ludique, le tout dans un contenant rechargeable et 100% recyclable.

**Date de lancement** : 15/02/2021

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

**Marché** : Hommes, femmes, adolescents, enfants

**Prix** : 14,92€ HT

### L'avis du Jury

*Les membres du jury ont craqué pour son packaging innovant et élégant rappelant les belles plages françaises. Ils ont particulièrement apprécié sa formule poudre à base de coquille d'huître blanche.*

**Le mot du lauréat** : « La poudre de Shampoing PERLUCINE, éco-conçue à partir de poudre de coquille d'huître est un produit ludique et innovant pour toute la famille ! Simple à utiliser, économique, composée à 100% d'ingrédients d'origine naturelle, sa formule poudre offre un format nomade, dans un contenant 100% recyclable, et une distribution aisée en vrac. »





## CATÉGORIE PRODUITS ET SERVICES POUR LA MAISON ET LA PERSONNE

### Trophée d'Or

Famille (presque) Zéro Déchet, Ze Jeu / **BIOVIVA EDITIONS**

Un jeu familial pour découvrir, en s'amusant, les astuces et bonnes pratiques du (presque) Zéro Déchet. 250 idées pour passer du jeu à la réalité et dire bye-bye aux déchets !

**Date de lancement** : 01/09/2020

**Marché** : Familles, Adolescents et Enfants dès 8 ans

**Zone de destination** : France

**Prix** : 24,99€ HT

### L'avis du Jury

*Ludique, intéressant et intelligent ! Ce jeu a été le coup de cœur du jury dans cette catégorie. Plus qu'un jeu pour les enfants à partir de 8 ans, les questions sociétales ont été jugées intelligentes pour plaire aux petits comme aux grands !*

**Le mot du lauréat** : « Un jeu familial pour découvrir, en s'amusant, les astuces et bonnes pratiques du (presque) Zéro Déchet. 250 idées pour passer du jeu à la réalité et dire bye-bye aux déchets. »

### Trophée d'Argent

Porte-savon aimanté Fabriqué en France / **SAS ALTHODE - J'AIME MES DENTS**

Insérer la petite capsule dans votre savon ou shampoing solide, fixez la ventouse aimantée sur une surface lisse et économisez votre savon en le gardant toujours bien au sec.

**Date de lancement** : 30/01/2021

**Marché** : Tout public

**Continent de destination** : Afrique, Amérique du Nord et Centrale, Amérique du sud, Asie, Europe, Océanie

**Prix** : 6,25 € HT

### L'avis du Jury

*Ce porte-savon aimanté est une réponse aux attentes des consommateurs qui n'osent pas encore passer aux cosmétiques solides. Il a convaincu les membres du jury pour sa praticité avec sa ventouse ne nécessitant aucune installation particulière.*

**Le petit mot du lauréat** : « Le porte-savon aimanté qui tiendra au sec tous vos savons et shampoings solides. L'accessoire parfait pour faciliter votre transition au cosmétique solide et éliminer les bouteilles plastique de vos salles de bain. Un produit fabriqué en France par J'aime mes dents et assemblé dans une Entreprise Adaptée. Vendu en vrac ou packagé. »





## CATÉGORIE SERVICES ET ÉQUIPEMENTS POUR LE MAGASIN ET LES MARQUES

### Trophée d'Or

Offre Zéro : Programme objectif Upcycling Bag in Box / **JEAN BOUTEILLE**

Jean Bouteille supprime le dernier déchet du commerçant vrac en récupérant les poches BIB pour leur donner une seconde vie. Ils ont démarré la phase de collecte pour boucler la boucle !

**Date de lancement** : 07/09/2020

**Marché** : Magasins partenaires

**Continent de destination** : Europe,  
France

**Prix** : 60 € HT

### L'avis du Jury

*Cette solution a fait l'unanimité auprès des membres du Jury ! Elle permet de donner une seconde vie aux poches BIB. Une innovation particulièrement utile pour l'économie circulaire car il s'agit d'une démarche zéro déchet complète et cohérente.*

**Le petit mot du lauréat** : « Nous souhaitons pousser la logique du zéro déchet encore plus loin, notre objectif est d'agir sur les derniers déchets du commerçant et ainsi créer une boucle vertueuse. Il y a le consommateur final, mais également les commerçants, il est nécessaire de travailler sur l'ensemble de la chaîne de valeur. »

### Trophée d'Argent

Capsule CAPSIT 100% compostable à usage domestique / **CAPSIT**

CAPSIT est la première machine compacte et connectée, permettant aux professionnels du café d'encapsuler leur café de façon automatisé, directement en boutique.

**Date de lancement** : 01/06/2021

**Marché** : Professionnels du café et tous amateurs de café de qualité et responsable.

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

### L'avis du Jury

*Cette solution intelligente a retenu l'attention des membres du Jury car elle permet de recruter la clientèle amatrice de café en dosettes. Une véritable valeur ajoutée pour les magasins et les marques.*

**Le petit mot du lauréat** : « Capsit permet de fabriquer ses propres capsules de café de façon automatisée directement en boutique. On obtient une capsule hermétique avec un café fraîchement moulu, home-compostable et sans suremballage. »



# DÉCOUVERTE : LES JEUNES ENTREPRISES DE L'INNOVATION BIO



© SébastienCarayon

## LE GRAND BAIN – NOUVEAU

Le Grand Bain est la nouvelle offre de NATEXPO, imaginée pour accompagner les petites entreprises et les aider à grandir, au sein du salon et sur le marché de la bio. Une formule accessible à toutes les entreprises répondant aux critères d'éligibilité aux Villages, et proposée systématiquement aux exposants qui, après 2 participations à La Pépinière ou au Village Cosmétiques, doivent entrer dans la cour des plus grands.

## LE VILLAGE FOODTECH – NOUVEAU

Cette année, NATEXPO accueille la FoodTech sur un espace inédit dédié aux jeunes entreprises de son réseau. Au sein du secteur Eco-Produits / Eco-Services et à proximité du Lab, le village FoodTech rassemble 12 sociétés portant des initiatives numériques, technologiques et entrepreneuriales innovantes en lien avec l'alimentation bio.

## LA PÉPINIÈRE

La Pépinière est le village dédié aux TPE/PME de la bio. Véritable tremplin, elle permet aux jeunes entreprises de l'alimentaire 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.

## LE VILLAGE COSMÉTIQUES

### LE TREMPLIN DES PETITES ENTREPRISES

Le Village Cosmétiques est un espace qui regroupe des stands 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.

## LE LAB

Créé en 2018, Le Lab accueille des jeunes entreprises de l'économie circulaire et des éco-innovations technologiques. Cette année, Le Lab intègre le nouveau secteur « Eco-Produits Eco-Services » comme incubateur de jeunes entreprises innovantes qui ont fait de l'éco-responsabilité la genèse de leur projet.

Près de 30 sociétés sont déjà inscrites. Elles participeront toutes au programme de pitches pendant les 3 jours de salon, afin de présenter aux visiteurs en quelques minutes leur solution ou leur produit innovant. Un jury d'experts se rassemblera en amont pour désigner un gagnant qui remportera sa participation à NATEXPO 2022.

# PANORAMA : LE TOUR DE LA BIO À 360°



© SébastienCarayon



## ***NATEXPO DIGITAL :*** **UNE NOUVELLE VERSION INÉDITE** **POUR PLUS D'INTERACTIVITÉ ET DE CONTENU**

Cette année encore, afin d'être accessible aux professionnels du monde entier, NATEXPO met à disposition des visiteurs et des exposants une plateforme numérique en complément du salon.

Pour cette nouvelle version 2021, NATEXPO met l'accent sur l'interactivité et le contenu : les visiteurs pourront accéder à l'ensemble des exposants, visualiser leur documentation, vidéos de présentation, fiches produit, nouveaux produits, et rentrer directement en contact avec eux via un chat audio ou vidéo. S'ils le souhaitent, ils pourront également réaliser leurs Rendez-Vous d'Affaires pré-programmés au sein de cette plateforme digitale, en visio.

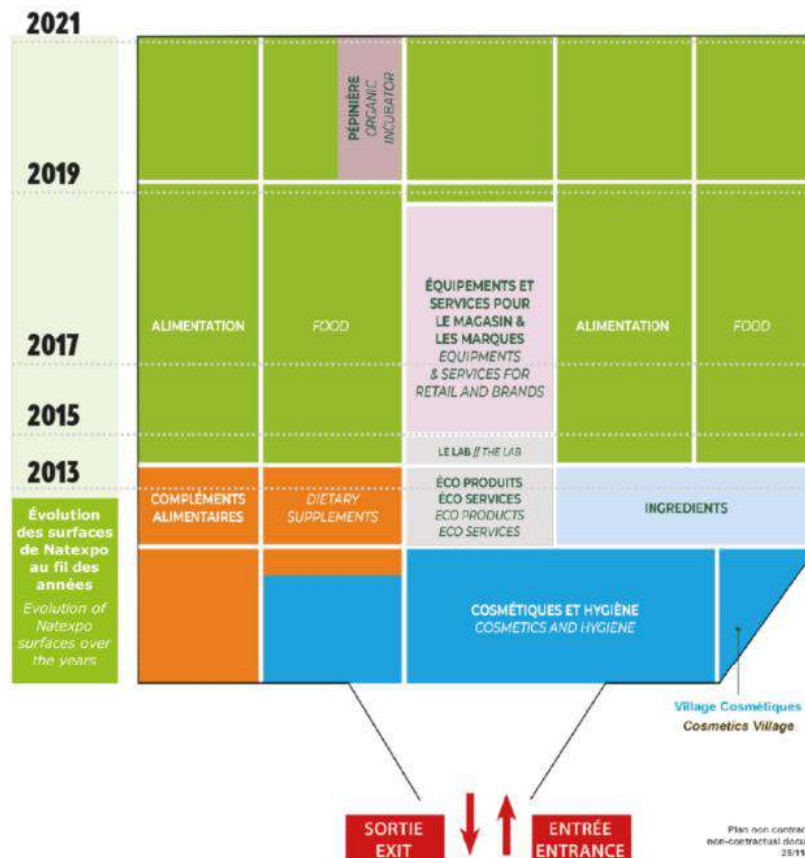
Autre nouveauté de cette version 2021, les visiteurs auront la possibilité d'engager la discussion entre eux grâce à un module de networking, pour faciliter les échanges entre les acteurs de la filière.

Un programme de conférences en ligne sera également retransmis sur NATEXPO Digital pour ne rien manquer des dernières tendances de la bio.

NATEXPO Digital est ouvert à tous les exposants et visiteurs munis d'un badge. La plateforme sera ouverte du 24 au 26 octobre 2021, aux mêmes dates que le salon qui se tiendra dans le Hall 6 de Paris Nord Villepinte.

## POINT DE REPÈRE : LE PLAN DU SALON 2021

Déjà plus de 1 000 exposants sont confirmés à NATEXPO sur 6 secteurs clés : Alimentation, Cosmétiques et Hygiène, Compléments alimentaires, Ingrédients, Services et Équipements pour le magasin.



### 6 parcours thématiques

Pour faciliter la découverte des visiteurs et optimiser les visites des professionnels selon leurs centres d'intérêt, NATEXPO propose 6 parcours thématiques, à découvrir sur le site [natexpo.com](http://natexpo.com) :

- Le « Parcours Restauration Bio »
- Le « Parcours MDD Bio » (Marque De Distributeur)
- Le « Parcours Sans Gluten »
- Le « Parcours Vegan »
- Le « Parcours Surgelés »
- Le « Parcours Zéro Déchet »



Ces parcours, conçus grâce aux activités déclarées par les exposants, invitent les visiteurs à découvrir directement les stands des professionnels dédiés à ces 6 univers spécifiques pour gagner du temps.

## ECO-PRODUITS / ECO-SERVICES : AU-DELÀ DE LA BIO

Si les consommateurs plébiscitent les produits bio, ils attendent également des entreprises auxquelles ils accordent leur confiance qu'elles aillent au-delà et s'engagent en matière de responsabilité sociétale. Cette attente émergente, NATEXPO l'avait déjà identifiée et mise à l'honneur avec la création du Lab en 2018, un village dédié aux jeunes entreprises de l'économie circulaire et des éco-innovations technologiques.

En 2021, NATEXPO va plus loin et lance un nouveau secteur dédié au développement durable, à l'économie circulaire et au zéro-déchet. Ce nouvel espace rassemble en un seul et même lieu une offre déjà existante à NATEXPO depuis plusieurs années : gestion et valorisation des déchets, zéro gâchis, sourcing local, upcycling, économie circulaire... autant de sujets qui sont de véritables éléments de différenciation pour les entreprises, marques et distributeurs.

### De nombreuses initiatives responsables à découvrir

NATEXPO représente ainsi une formidable occasion de découvrir les solutions responsables développées par les entreprises du secteur bio : éléments de différenciation notables pour se démarquer de la concurrence. De la production à la distribution, tous les maillons ont un rôle à tenir pour fournir les garanties attendues aux consommateurs : pratiques commerciales innovantes et éthiques, gestion des invendus, intégration du coût social et environnemental sur le prix des produits, développement du tissu économique local, économie circulaire, économie de la fonctionnalité, économie du partage, mutualisation des ressources...

Une cinquantaine d'exposants ont déjà confirmé leur présence. Ils évoluent dans les secteurs du bioplastique, des emballages compostables et recyclables, des produits zéro-déchet pour le quotidien, de l'alimentation en vrac, de l'hygiène bio, des arts de la table et du linge de bain éthiques ... La « FoodTech » sera également à l'honneur cette année, particulièrement inventive pour offrir de nouvelles solutions alimentaires aux consommateurs.



## ALIMENTATION : UN CONCENTRÉ DE BIO !

Entre confinements et couvre-feux, la crise COVID a eu d'importants répercussions sur les habitudes alimentaires des Français. Leurs attentes en matière de produits sains et locaux se sont notamment renforcées.

Sur NATEXPO 2021, cette tendance est parfaitement illustrée par les nombreuses innovations des exposants du pôle consacré à l'alimentation.



Qu'il s'agisse de produits sucrés, salés, de produits laitiers, de viande, etc., les exposants de ce secteur présenteront une multitude de solutions et nouveautés aux visiteurs.

Le pôle consacré à l'alimentation bio est ainsi le plus important de NATEXPO. En effet les 500 exposants confirmés pour ce secteur représentent 56% du nombre d'exposants total. Il s'agit de la plus forte concentration de l'offre alimentaire bio des professionnels du secteur. Son importance reflète le dynamisme du marché, en France comme à l'international.

**En chiffres :** dans le monde, le marché des produits biologiques a dépassé les 112 milliards d'euros en 2019, alors qu'il était encore estimé à 103,5 milliards d'euros en 2018. En France, le marché alimentaire bio connaît un succès spectaculaire. En 2019, il a atteint 11,9 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit +13,5 % vs 2018, ce qui représente un bond de 1,4 milliard d'euros en seulement 1 an. Désormais, plus de 6 % de la consommation alimentaire des ménages concerne les produits bio. En 2020, plus de 9 Français sur 10 déclaraient avoir consommé des produits biologiques et 13% en consommer même tous les jours ! Par ailleurs, l'objectif 50 % d'alimentation bio dans les cantines et la restauration collective publique sera effectif au plus tard en 2022. Une obligation qui va donner un nouvel élan au développement de la bio en France.

*Source : Agence Bio*



### Tous les secteurs de l'alimentation représentés

Le secteur rassemble toutes les dernières tendances de l'alimentaire bio : épicerie fine, boissons, boulangerie, boucherie, crèmerie, produits frais, petit-déjeuner, surgelés...

Les visiteurs pourront notamment découvrir en matière de tendances ou produits innovants, des chips de légumes, des nouvelles huiles, des gâteaux anti-gaspi issu de reste de préparation, chanvre, ...

## COSMÉTIQUES ET HYGIÈNE : AU CŒUR DU BIEN-ÊTRE DES CONSOMMATEURS

En 2020, avec la pandémie, la naturalité et le retour à une désinfection plus assidue est devenue une priorité. 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 cette envie de produits plus responsables. Le marché de la cosmétique bio et naturelle s'enracine durablement et est en plein essor dans le monde et en France. Preuve de ce dynamisme, sur le salon cette année, plus de 110 exposants français et internationaux ont d'ores et déjà confirmé leur participation, soit 10% de plus qu'en 2019.

**En chiffres :** Selon les derniers chiffres disponibles, la cosmétique bio connaît un fort développement depuis cinq ans : 1 Français sur 2 en achète régulièrement et on constate une évolution de 60% du nombre d'acheteurs entre 2016 et 2020. La France, 3<sup>e</sup> marché mondial de la cosmétique bio et naturelle derrière les États-Unis et l'Allemagne, figure au cœur de cette envolée. En 2019, le marché français aurait ainsi dépassé les 900 millions d'euros de chiffre d'affaires, enregistrant une croissance annuelle moyenne de 11% depuis 2004. *Source : Cosmébio®<sup>1</sup>.*

### Toutes les catégories de produits d'hygiène et cosmétique représentées

En dépit de la crise sanitaire, cette hausse de la consommation de produits de beauté bio devrait se poursuivre. En effet, l'hygiène n'a rarement été autant au cœur des préoccupations qu'aujourd'hui avec le Covid-19 et parallèlement, les Français sont de plus en plus en quête de produits sains pour eux et pour l'environnement.

Une envie de consommer plus responsable, et qui pourra se retrouver grâce à la grande diversité de nouveaux produits présentés par les exposants français et internationaux présents sur le pôle cosmétiques et hygiène.

En plus des crèmes, gels, huiles et laits corporels, produits de manucure, maquillage, pédicure, rasage, savons, shampoings, parfums..., les visiteurs découvriront :

- Désinfectants naturels,
- Cosmétique solide ou en poudre,
- Cosmétiques réalisées via le système d'économie circulaire – anti-gasti,
- Etc.



## Forum Innovations Cosmétiques : 3 jours d'animations

En partenariat avec Cosmébio<sup>15</sup>, 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.

Lieu d'information, de conseil et de formation, le forum regroupe les chiffres du marché de la cosmétique bio ainsi que les nouvelles réglementations et tendances de l'année. Cosmébio propose également sur son espace des animations réalisées autour des innovations cosmétiques des exposants, de découvrir les nouveautés au sein d'un testing bar et les marques niches de cosmétiques naturels et bio...



<sup>15</sup> 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

## COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES : UN MARCHÉ EN PLEINE FORME

La situation sanitaire a attiré de nouveaux consommateurs vers les compléments alimentaires. En 2020, les Français se sont largement tournés vers ces produits, notamment pour lutter contre les troubles du sommeil et l'anxiété. Cette quête de produits apaisants s'est également accompagnée d'une recherche liée au renforcement de l'immunité dans le contexte du Covid.



**En chiffres :** En 2020, le marché des compléments alimentaires représente un chiffre d'affaires de plus de 2 milliards d'euros en France, en hausse de +1,9 % par rapport à 2019.  
*Source : Synadiet.*

Marqués par ces évolutions, la soixantaine d'exposants NATEXPO présenteront aux visiteurs les nouvelles tendances dans ce secteur pour répondre aux attentes des consommateurs en matière d'immunité, métabolisme, santé intestinale, stress, detox, beauté de la peau et des cheveux, etc.

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

  
synadiet

Syndicat National des Compléments Alimentaires

Le syndicat national des compléments alimentaires, Synadiet, présent à NATEXPO 2021, 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...

## **INGRÉDIENTS : LA RECETTE DU SUCCÈS**

Depuis la crise, les Français sont de plus en plus en quête de produits authentiques, sains pour eux et pour l'environnement ainsi que de produits locaux. Une étude Ipsos 2019 montre 82% des Français privilégient désormais l'achat de produits d'origine française et 77% l'achat de produits proposés par des producteurs locaux.

En réponse à cette demande croissante de produits de proximité, plus naturels, moins sucrés, moins gras, sans allergène, ... NATEXPO offrira aux exposants et aux visiteurs l'occasion de se retrouver pour avancer ensemble sur deux enjeux majeurs : l'innovation et l'approvisionnement.

Le pôle « Ingrédients » prévoit à ce jour d'accueillir une cinquantaine d'exposants autour des produits bio alimentaires, des cosmétiques et des compléments alimentaires.

### **L'innovation : aux sources des nouvelles tendances**

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, jouent un rôle d'incubateur et de diffuseur de nouveautés qui gagnent souvent l'univers conventionnel : aloe vera, graine de chia, coco, kefir... NATEXPO offre l'opportunité de rencontrer les acteurs de toutes les nouvelles tendances du secteur bio, liées aux protéines « alternatives », au sans allergène, vegan, 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.

### **L'approvisionnement : les clés pour le consolider**

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 proposé à NATEXPO permet aux visiteurs de nouer de nouveaux contacts pour consolider leurs approvisionnements.



## 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 Intermédiaire)



### 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 : 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.

## SERVICES ET ÉQUIPEMENTS POUR LE MAGASIN ET LES MARQUES : PISTES ET OUTILS POUR VALORISER L'OFFRE BIO

Durant le confinement, le montant moyen des paniers dépensé dans les magasins spécialisés bio a augmenté d'environ + 55 %, comme l'ont constaté 95 % des professionnels.

Ces boutiques ont ainsi démontré leur agilité pour s'adapter et fournir de nouveaux services pour faciliter la vie de leurs clients. Près d'1/3 des magasins bio sondés ont ainsi mis en place des systèmes de vente à distance : click&collect, drive voiture ou piéton, livraison à domicile, paniers types...

*Source : Enquête initiée par BioLinéaires & Ecozept, soutenue par Natexbio & Synadis Bio, en partenariat avec Biopanel.*



**En chiffres :** Aujourd'hui, les magasins spécialisés bio sont environ 2 700 en France\*. Ils ont réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de plus de 4,2 milliards d'euros, soit 1 milliard de plus qu'en 2019\*\*. Beaucoup moins nombreux que les grandes surfaces alimentaires généralistes, ils réussissent à enregistrer une part très importante des achats bio des Français pour leur consommation à domicile : environ 28 % en 2019\*. *Source : \*Agence Bio - \*\*BioLinéaires*

### Les grandes tendances

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. La concurrence semble également se préciser avec le déploiement annoncé d'Amazon Fresh en France.

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

## De nombreux moyens de valorisation présentés

Le Salon NATEXPO enregistre déjà 50 exposants dans ce secteur recouvrant les produits suivants :

- 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



# ANIMATIONS : LA VISION DES EXPERTS



© SébastienCarayon

## Le Forum Maison de la Bio / Natexbio

### L'actualité du secteur bio

RSE, biodiversité, innovation, digital, résilience des filières bio... À travers des mini-conférences organisées par NATEXBIO, la fédération des transformateurs et distributeurs bio, ce forum permet de faire un point sur le marché de la bio et ses potentiels.



## 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 et débats, basé sur des échanges entre professionnels. Parmi les sujets abordés en 2021 : tendances consommation post-covid, évolution de la distribution, point sur les filières, nouvelles tendances sociétales, challenge des emballages, avancées réglementaires du vrac, zoom sur la Belgique et l'Allemagne...



## Forum Innovations Cosmétiques

### Bien-être et beauté à l'honneur !

Le Forum Innovations Cosmétiques est un espace qui propose des animations réalisées autour des innovations cosmétiques en partenariat avec Cosmébio. Alternatives au plastique, prospectives cosmétiques à horizon 2025, point sur la certification, présentation de nouvelles marques et de produits innovants, sont quelques-uns des thèmes qui y sont abordés.



## Le Forum des Compléments Alimentaires

### Pour tout connaître de la filière

Organisé en partenariat avec Synadiet, cet espace est dédié au conseil, à la formation et à la découverte de produits pour se mettre à jour des dernières tendances du secteur des compléments alimentaires. Une quinzaine de mini-conférences sont prévues.



## Le Forum des Ingrédients Bio

### La sécurisation des approvisionnements en question

Au centre du pôle Ingrédients, le Forum des Ingrédients Bio organisé en partenariat avec Ingrébio aborde les principaux enjeux de l'amont de la filière bio : ingrédients biologiques différenciants, structuration des filières, évolution de la réglementation, aliments tendances, upcycling, importations...



## Les Pitches du Lab

Le Lab est un espace d'exposition et de pitches dédié aux entreprises de l'économie circulaire et des éco-innovations technologiques. Les jeunes sociétés qui y exposent présentent, lors d'un programme de pitches, leurs produits et solutions innovantes en quelques minutes.

## Le Forum Innovation

Le Forum Innovation apporte des pistes pour construire l'entreprise de demain, au travers de tables rondes et conférences toutes fondées sur l'innovation : communication responsable, Digital Native Vertical Brands, innovation retail, intelligence artificielle, ultratransformation...

## L'Agora

Au cœur du salon, l'Agora est un espace donnant la parole à des experts pour un tour d'horizon de l'actualité de la bio. Filières locales et restauration responsable sont quelques-uns des thèmes qui y sont abordés. Ecocert y tient également une conférence pour faire le bilan et préparer l'avenir de la certification bio à l'occasion de ses 30 ans.

## L'Import/Export Office

L'Import/Export Office est un cycle de conférences tenues par des experts pays Business France pour aider les professionnels à mieux cerner les tendances, les spécificités, les « dos et don't » pour pénétrer leurs marchés locaux. Au programme : zoom sur l'Ukraine, la Pologne, la Roumanie et la République tchèque.



## Les conférences de la FEEF

Lundi 25 octobre et mardi 26 octobre, la FEEF tient 3 conférences d'une heure ouvertes à tous sur des sujets clés : stratégie enseigne, restauration bio en restauration collective, écoconception des emballages et informations produits.



## LA GALERIE DES NOUVEAUTÉS

### TOUS LES NOUVEAUX PRODUITS EN UN COUP D'ŒIL

« Le secteur de la bio est source d'innovation et la Galerie des Nouveauté de Natexpo en est le reflet.

Il s'agit d'un espace stratégique où les visiteurs découvrent en exclusivité les innovations des exposants. En 2021 plus de 150 produits sont attendus. »



Sponsor VIP & Presse  
**SEVESSENCE**  
PARIS

# EN SAVOIR PLUS



© SébastienCarayon



## NATEXBIO / LA MAISON DE LA BIO : 5 000 ENTREPRISES MOTEURS DE LA CROISSANCE BIO

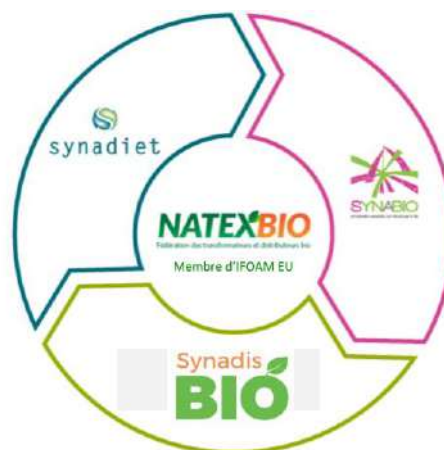
NATEXBIO représente à la fois des entreprises de production et de transformation de matières premières bio, les compléments alimentaires ainsi que des entreprises de distribution de produits bio.

En termes économiques, NATEXBIO, au travers de ses membres, représente plus de 5 000 PME/TPE, 40 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires annuel des entreprises de l'ordre de 6 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, Forébio, la FNAB et France Vin Bio.

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

**Président :** **Pierrick De Ronne**  
Président de Biocoop  
Administrateur du SYNADIS BIO

**Administrateur – Trésorier :** **Arnaud de Saint-Trivier**  
Administrateur de Synadiet  
et co-gérant de THERA-SANA

**Chargé de missions :** Francis VALLUET

## Administrateurs(-trices) :

- **Françoise BEUNARDEAU**, Administratrice de Synadis Bio et Gérante de la société GVA Bio
- **Henri GODRON**, Co-gérant de 4 magasins Biocoop
- **Philippe LARATTE**, Vice-Président et trésorier de Synadiet, Secrétaire général de Cosmébio et co-gérant d'Anoë
- **Didier PERRÉOL**, Président de Synabio et vice-Président de Léa compagnie biodiversité
- **Jean VERDIER**, Administrateur de Synabio
- **Allon ZEITOUN**, Président du Synadis Bio et Directeur Général de Naturalia

## Les actions majeures de Natexbio :

- *Promouvoir la consommation des produits bio*
- *Défendre les intérêts matériels et moraux de la profession*
- *Être un lieu de rencontres et de débats entre les principaux acteurs de la profession*
- *Diffuser des informations au travers de supports papier ou électronique*
- *Conseiller les éventuels créateurs d'entreprises de fabrication ou de distribution*
- *Organiser un concours pour aider les jeunes entreprises*
- *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 :

- **Les salons Bio et Nature** : Marjolaine (Paris), Vivre Autrement (Paris), Naturally (Paris), Permae (Paris)
- **Les salons professionnels** : medFEL (Perpignan), NATEXPO (Paris, Lyon), NATEXPO International Tour (programme itinérant)
- **Le réseau des salons Zen & Bio en régions** : Zen & Bio (Nantes, Angers, Tours, Bordeaux, Lyon), Artemisia (Marseille), NaturaBio (Lille), Respire La Vie (Poitiers, Vannes, Rennes, La Rochelle)
- **Les salons Bien-être et Art de vivre** : Bien-être Médecine Douce (Paris, Lyon, Marseille), Les Thermalies (Paris, Lyon), Zen (Paris), Saveurs des Plaisirs Gourmands (Paris)
- **Les espaces Tendances** : SPAS révèle les tendances de demain et les met en lumière via des espaces dédiés : Bio & Vegan, ViniBio et le Rendez-vous de la Conscience sur ses salons grand public.

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 des 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 regroupe 600 vendeurs et 40 000 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 des manifestations dédiées aux produits biologiques et à la nature 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 sevellia.com

### L'équipe NATEXPO

Patricia Berthomier-Massip

Valérie Lemant

Eric Faure

Florence Roublot

Carine Cantagrel

Loïc Le Men

Agnès Etame Yescot

Solène Bryon

Marion Elie

Mathilde Lapersonne

Présidente

DGA en charge des Opérations

DGA en charge du Marketing et des Développements

Directrice du salon

Directrice Communication

Directeur Technique

Chef de projet International

Chef de projet Développement

Responsable Communication Pôle BtoB

Chargée de Communication



**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, FORÉBIO, 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 et à la nature 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](http://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, Anaïs & C° -  
Service de Presse de NATEXPO vous remercie de votre attention.  
Tél : 01 48 05 19 00 – Courriel : [adocom@adocom.fr](mailto:adocom@adocom.fr)