

Sous le haut patronage de
Monsieur Emmanuel MACRON
Président de la République

PARIS 2021
natexpo
24-26 OCT.

SALON INTERNATIONAL DES PRODUITS BIOLOGIQUES

PARIS NORD VILLEPINTE, HALL 6 21

24-26 OCTOBRE 2021

WWW.NATEXPO.COM

Journal des tendances

LES CHIFFRES CLÉS /p.2

LA COSMÉTIQUE /p.2

LES COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES /p.2

LES INGRÉDIENTS /p.2

L'ALIMENTAIRE /p.3

L'UPCYCLING /p.3

LES EMBALLAGES /p.4

LES TROPHÉES NATEXPO /p.4

LES TENDANCES /p.5

LES ANIMATIONS /p.12

INFOS PRATIQUES /p.16

UN SALON ÉCO-ENGAGÉ /p.17

“

Edito

Plus que jamais, la quête de sens est au cœur de nos vies. Dans une société et une planète transformées par la pandémie, notre rapport au monde, à la nature et au foyer a été bouleversé. Nos priorités ont changé, et parfois pour de bon : au « retour à la normale » souhaité par certains est préférée la nouvelle normalité qui s'impose, impliquant de profondes mutations sociétales.

C'est alors que les marques doivent se réinventer. Les pionniers de la bio comme les jeunes entreprises en cours de lancement ont été contraintes d'intégrer ces nouveaux paramètres, et tout cela à vitesse grand V, dans un environnement bouleversé et une temporalité nouvelle.

Les innovations produits rencontrées ces derniers mois, et plus encore à l'approche de Natexpo, démontrent des phénomènes qui n'en sont pour certain qu'à leur prémices : transparence, localité, réutilisation des coproduits, convivialité retrouvée et adaptée, immunité et sécurité sanitaire, fait-maison... Ce sont les 1350 exposants attendus à Natexpo qui vous en parleront le mieux !

Tout cela dans un nouveau normal qui fait fi des frontières. Près de 250 exposants internationaux viennent présenter leurs pépites sur Natexpo, qu'ils ont définitivement identifié comme un véritable levier de développement. Aux côtés - entre autres - de l'Égypte, de la Hongrie, de la République Tchèque, de la Russie et de la Tunisie, Natexpo accueille pour la première fois les pavillons espagnols de Murcia, de Castilla y Leon et de Navarra.

Prêts à réveiller votre agenda ?

**Rendez-vous du 24 au 26 octobre 2021 à Paris Nord Villepinte.
Nous avons hâte de vous retrouver.**

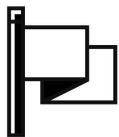
L'équipe Natexpo

”

Les chiffres clés



24-26
octobre 2021



20 000
visiteurs attendus

21
pays



Paris Nord
Villepinte

Hall 6

Une communauté de
66 936
acteurs de la bio

40 000 m²

6

secteurs
représentés



11
régions



1 350 exposants
attendus

Compléments alimentaires

Le boom des cures anti-stress, immunité et sommeil

Plus d'un Français sur deux est consommateur de compléments alimentaires. Préférentiellement les femmes (57%), d'une moyenne d'âge de 45 ans. Si le marché des compléments alimentaires a connu une croissance de 2% en France en 2020 pour atteindre 2,1Md€ de chiffre d'affaires, la crise sanitaire liée au Covid en a concentré les attentes : un Français sur deux se dit plus stressé depuis le début de la crise et 42% ont connu une altération de leur sommeil¹.

Les Français se sont donc tournés vers des solutions naturelles, et certains pour la première fois - 38% des consommateurs de compléments alimentaires en auraient consommé pour la première fois au cours de l'année passée¹. Sur l'ensemble des produits, les critères de sélection ont certes été économiques mais ont également révélé une exigence accrue pour des compositions naturelles, sans additifs et fabriquées en France.

Répondant à ces critères de naturalité, plus de 100 fabricants et distributeurs de compléments alimentaires seront présents à Natexpo et partageront leur expérience.

Cosmétiques

L'âge d'or des cosmétiques solides

La cosmétique biologique affiche son dynamisme et s'illustre avec une participation en forte progression à Natexpo (+10% vs. 2019 à date). Des sociétés historiques de ce secteur ainsi que de jeunes entreprises exposeront pour faire connaître leurs produits et concepts.

Produits solaires au format solide, poudres anti-UV, baumes à tout faire, shampoings et après-shampoings solides, démaquillants à faire rouler sur la peau... : de plus en plus la cosmétique solide voit son offre s'élargir, avec de belles innovations et de nouvelles fonctionnalités. De belles créations, alliant authenticité et écologie, feront scintiller ce marché en recherche constante d'innovation. Venez les découvrir !



Ingrédients

L'innovation à 360°, dès l'amont de la filière

Alimentation saine, locale et durable... ainsi peut-on résumer l'orientation que prend le secteur agro-alimentaire dans son ensemble aujourd'hui. 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 que 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 accueille les toutes dernières nouveautés en matière d'ingrédients pour l'agroalimentaire, la cosmétique et les compléments alimentaires. Protéines alternatives, ingrédients fermentés, arômes biologiques, commerce équitable, traçabilité des origines, constitution des filières : une cinquantaine de producteurs d'ingrédients biologiques est présente à Natexpo, et 3 jours de conférences dédiées sont à retrouver au Forum des Ingrédients Biologiques mené par Ingrébio.



¹ Synadiet, d'après une étude exclusive de Harris Interactive.

Les boissons fermentées réinventent l'apéritif

Nouvelles stars des moments conviviaux et des apéritifs, les boissons fermentées surfent sur la vague des boissons désaltérantes, saines et authentiques. Kéfirs et kombuchas pétillent ainsi de saveurs inédites.

Riches en probiotiques bénéfiques pour la flore intestinale, ces boissons vivantes jouent la carte du bien-être tout en faisant souffler un vent inédit sur un secteur friand d'innovations.

Technique ancestrale facilitant la conservation des aliments, la fermentation a su captiver la cuisine et brasserie actuelles en se réinventant. Inspirée de l'art culinaire asiatique, elle s'est renouvelée tout d'abord dans l'assiette, notamment dans des restaurants d'exception comme le Noma de Copenhague. Le concept s'est étendu aux boissons, avec l'engouement de quelques stars californiennes et l'essor du kombucha. Des lieux entièrement dédiés à la fermentation et répondant aux codes et attentes des générations Y et Z se sont ainsi créés au cœur des capitales. Tout comme de nombreux ateliers pour démocratiser la démarche.

Comment ces boissons sont-elles obtenues ? En faisant fermenter une base de thé ou de plantes sucrée avec une synergie de bactéries et de levures. Placées dans un milieu anaérobie (sans oxygène), les bactéries - alors en situation de stress - libèrent des enzymes qui vont dégrader le sucre tout en libérant du gaz. Les nutriments obtenus après fermentation - acides organiques, probiotiques, enzymes et vitamines - en font des boissons pleines de bienfaits, beaucoup moins sucrées que les sodas traditionnels. De véritables plantes, fruits ou épices se chargent de les aromatiser naturellement. Le petit plus dépendra de la touche du producteur, chacun ayant son savoir-faire artisanal en la matière.

Désireux de faire connaître les petites entreprises actives dans ce secteur, Natexpo accueille des jeunes producteurs pleins de talent, engagés dans des démarches biologiques et durables.

Plus de 600 exposants participent au secteur Alimentation de Natexpo. Il rassemble toutes les dernières tendances de l'alimentaire bio : épicerie fine, boissons, boulangerie, boucherie, crèmerie, produits frais, petit-déjeuner, surgelés...



Les innovations viennent aussi d'ailleurs : près de 250 exposants internationaux de 21 pays à découvrir.

Nouveauté 2021 ! 55 start-ups à découvrir dans le Grand Bain, la toute nouvelle offre de Natexpo, imaginée pour accompagner les petites entreprises à grandir sur le salon et sur le marché de la bio ! Elles ont fait le grand saut...



Economie circulaire

Upcycling : faire du neuf avec du vieux

Le développement durable est inscrit dans l'ADN de la filière bio, qui s'attache à répondre aux préoccupations grandissantes de ses consommateurs vis-à-vis de la préservation de l'environnement. L'origine des produits et le mode de production adopté par les marques font partie des critères désormais passés au crible des clients avertis. La RSE et l'économie responsable sont ainsi devenues de véritables éléments de différenciation et de concurrence pour les industriels comme pour les distributeurs.

Comment faire du neuf avec du vieux tout en apportant de la valeur ajoutée ? Voilà le défi de l'upcycling. Cette pratique est née dans les pays en voie de développement pour lesquels il n'est pas toujours aisé d'accéder aux biens de consommation. La matière première étant déjà disponible, les gains économiques représentent un atout majeur, accompagné d'une réduction des déchets.

Toujours prêt à accompagner les professionnels dans les domaines à forts enjeux, Natexpo valorisera ces initiatives via son nouveau secteur Éco-Produits / Éco-Services. Ce dernier regroupera en un seul et même endroit toute l'offre déjà présente sur le salon mais préalablement dispersée : anti-gaspi, recyclabilité, économie circulaire, gestion des invendus, préservation des ressources... Autant de thèmes cruciaux qui auront leur lieu dédié. Une cinquantaine d'exposants est présente.

Innovation

Emballages : du zéro déchet aux emballages innovants

Le défi des emballages est plus que jamais d'actualité avec la crise sanitaire. Les emballages en plastique génèrent en France 2,2 millions de tonnes chaque année sur le marché. Leur réemploi est malheureusement peu développé et leur taux de recyclage reste faible (27 %).

Après l'interdiction récente des gobelets, coton-tiges ou pailles en plastique, la France s'engage dans un programme à grande échelle. La loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire promulguée en 2020 vise en effet à sortir des emballages en plastique à usage unique d'ici 2040. Un premier décret 3R (Réduire, Réemployer, Recycler) fixe un premier objectif de réduction de 20 % des emballages plastique à usage unique d'ici 2025, dont au minimum la moitié obtenue par recours au réemploi et à la réutilisation. Le deuxième objectif est de tendre vers 100% de recyclage des emballages en plastique à usage unique d'ici le 1er janvier 2025. Le troisième consiste à éliminer les emballages en plastique à usage unique « inutiles », tels que les blisters plastiques autour des piles et des ampoules, d'ici fin 2025.

Pour répondre à cette évolution, les industriels¹ et les distributeurs intensifient leurs efforts et s'engagent dans plusieurs directions : réduire les emballages, les optimiser ou les remplacer par des alternatives plus durables, ou tout simplement les supprimer. Les exposants de Natexpo s'inscrivent avec conviction dans ces tendances fortes et nécessaires.

Galerie des Nouveautés Natexpo 2021 : plus de 200 produits à découvrir parmi les dernières innovations des exposants !



Lancé en 2018, Le Lab est aujourd'hui le village incubateur du nouveau secteur Eco-Produits / Eco-Services. Le rendez-vous à ne pas manquer pour découvrir 40 jeunes entreprises engagées pour une économie circulaire.

Trophées Natexpo 2021

et les lauréats sont...

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 - un record ! - qui ont été soumis au jury. Les lauréats des Trophées Natexpo 2021 seront exposés au sein d'un espace dédié, à l'entrée du salon. La cérémonie de remise des Prix se tiendra le dimanche 24 octobre à 17h sur le stand de la fédération Natexbio / La Maison de la Bio (K32).

Un grand bravo aux lauréats 2021 :

Produits Frais



Trophée Or
Skyr Apéro Poivron Paprika, de Puffy's



Trophée Argent
Le Yaourt de Chèvre à l'hydrolat de verveine citronnée, de La Lémance

Produits d'Épicerie Salée



Trophée Or
Petites truites de montagne à l'huile de tournesol et poivre sauvage de Madagascar, de La Truitelle



Trophée Argent
Caviar d'ail noir, d'Iswari-Samadhi

Produits d'Épicerie Sucrée



Trophée Or
Crème de coco à fouetter équitable, de Base Organic Food



Trophée Argent
Farine de noisette déshuilée, des Gourmands exigeants (Max de Génie)

Boissons



Trophée Or
Unaju Yuzu Concombre, d'Unaju



Trophée Argent
Maté - Pop caramel, de Biomaté

Cosmétiques & Hygiène



Trophée Or
LA crème au calendula de Druidès



Trophée Argent
Poudre de shampoing à la coquille d'huître blanche de Perlucine - Entre Mer et Terre

Compléments Alimentaires



Trophée Or
PurBiotic, jus pétillant fermenté 98,2% Aloé Vera, de Ciel d'Azur Labs



Trophée Argent
Jolie Nuit sur mes deux Oreilles, de Thera Sana

Produits et Services pour la Maison et la Personne



Trophée Or
Famille (presque) Zéro Déchet, Ze Jeu, de Bioviva Editions



Trophée Argent
Porte-savon aimanté Fabriqué en France de Althode - J'aime mes dents

Services et Équipements pour le Magasin et les Marques



Trophée Or
Offre Zéro : Programme objectif Upcycling Bag in Box de Jean Bouteille



Trophée Argent
Capsule CAPSIT 100% compostable à usage domestique de Capsit

Tendances Natexpo 2021

Le nouveau normal

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 %), suivie par le système de santé (42 %) et le réchauffement climatique (33 %).

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.

Macro-Tendance n°1

Covid-19, une nouvelle écologie 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 vaccinée¹, 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 immunité en priorité

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



Lait d'amande curcuma, ce 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



Apivital sirop pour renforcer son système immunitaire, par Vibraforce Laboratoire



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 valeur microbienne 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 devenues 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, 1^{er} jus pétillant bio combinant Aloé Vera cru et ferments, booste le microbiote intestinal, par Ciel d'Azur Labs



Bouillon Tomate Céleri, boisson santé (réduit en sel, nettoyante, entretien le microbiote), par Cossu



Kéfir de brebis, riche 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 apéritive

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 2019¹, 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 /dînatoires 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 Gwa-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

Privées 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'un 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 souvent².

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%



Houmous et cacao, pâte à tartiner protéinée, sans huiles ni épaississants, par Delikatesse



Emietté fruit du jacquier pois chiches et paprika, par Bonneterre



Granola boosté à la poudre de grillon, goût original ou paprika par Kriket



Bière à l'ail noir, par L'étuverie



Mon tout 1er 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



Farine de banane verte, sans gluten, par Relais Vert



Granola à tartiner, sans fruits à coque et réalisé à partir d'avoine et de graines de lin et de tournesol, par Nü Morning



Tendance n°6

Very Vegan

En 2040, 60% de la viande consommée sera artificielle ou végétale¹. Par ailleurs, la hausse du marché du végétal a été de 10% en France en un an, à 497M€².

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 celui-ci.

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 497 millions d'euros³. 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 2025⁴.

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



Tapi Dream, une alternative végétale au miel, par Vegablum



Keftas vegan, par Nutrition et Santé



Bouillon végétal saveur bœuf, par Ecoïdées



Wheaty Tex Mex Burger, à base de seitan, protéine de blé, par Wheaty



Hâché de pois chiche, tomate séchée, basilic, thym et romarin, et Hâché de lentilles corail, coco, tomate et citronnelle, par L'Atelier V



Tempeh d'Okara, produit 100% végétal au soja fermenté, à la texture unique et aux arômes de champignons, par Sojami



Protéine végétale complète, dont 70% de protéines de pois et riz, par Overstim.s



Macro-Tendance n°3

Les natures inédites



Tendance n°7

"Oïldorado", 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%)¹. Pour voir émerger des ors liquides inédits, issus de la cameline, du chanvre, ou encore de la graine de chia...

Un eldorado, ou plutôt 'oïldorado', 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 chanvre toastée**, par Les Chanvres de l'Atlantique

 **Huile Olyphénol**, issue d'une récolte précoce d'olives vertes, par Bio Planète

 **Huile de chia**, par Vit'all+

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, la France autorisera bientôt l'utilisation des extraits de chanvre français², 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 étrangère³).

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

 **Shampooing au chanvre**, par Lao

 **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

 **Capsules Omega 3 & 6 végétal**, à base d'huile de graines de chanvre, par Les Chanvres de l'Atlantique

 **Après-shampooing solide Matin d'été**, aux beurres de végétaux et à l'huile de chanvre, par Belice





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 Français¹.

D'autant qu'en 2030, la France devrait imposer de proposer une certaine quantité de vrac dans les magasins de plus de 400 m² : 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'emballage².

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



Le sachet sans plastique, compostable, refermable, pour les gélules, les poudres et sels cosmétiques et les épices et herbes aromatiques par AdyPack



Offre Zéro : Programme objectif Upcycling Bag in Box, par Jean Bouteille



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 Bioviva Editions



Sac isotherme écologique, par Les Mouettes Vertes



Sac Isotherme Jut 59, par Feel-Inde



La Dozette par CoZie



Fond de teint multifonction en stick rechargeable, par Zao



La toute première recharge de spray solaire SPF50, par Acorelle

Tendance n°10

Le succès 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 valeur¹. 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



Shampooing solide Argile verte du Velay, par Cosmetosource



Shampooing 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



Shampooing solide aux 18 plantes actives, par Le Secret Naturel



Savon Vaisselle à l'Aloe Vera Ecocert par Savonnerie du Midi



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 pratique au moins 5 gestes anti-gaspillage au quotidien², 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 recyclage³) 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 ensemble⁴.

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



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



Perluine, poudre de shampooing 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



¹ <https://fr.fashionnetwork.com/news/La-cosmetique-solide-un-marche-qui-prend-du-poids,1265615.html> / ² Étude OpinionWay-Smartway : Les Français et le gaspillage alimentaire, 2021 / ³ 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/> / ⁴ Yougov, 2020

Programme des animations

Plus de 150 conférences vous attendent

Redonnez vie à votre agenda !

FORUM NATEXBIO/ LA MAISON DE LA BIO

par la fédération Natexbio

STAND
K32



Dimanche 24 octobre

- 10h - Découvrez BioED : le label RSE des entreprises bio**
Avec Mathilde Gsell et Anna Kolf, Synabio et le témoignage d'Alpes Biscuit
- 11h - L'innovation dans la bio**
Avec François Labbaye, Bio Développement
- 12h - La Maison de la Bio, missions, objectifs, moyens**
Avec Lucie Tamet, Déléguée Générale et le témoignage d'un adhérent
- 14h - Comment travailler efficacement avec les influenceurs. ceuses Green**
Avec Elodie Dupré, Greenstory
- 15h - Comment le monde de demain sera plus bio - perception, consommation, production - Avec l'Agence Bio**
- 17h - Remise des trophées Natexpo**

Lundi 25 octobre

- 10h - Le digital, levier de croissance de votre entreprise bio**
Avec Tancrede du Réau et Dalia Da Silva, Agence Open Digital
- 11h - Exigences de la bio en agriculture - Avec Forébio**
- 12h - Inauguration du salon**
- 14h - Communiquer efficacement sur ses engagements de marque à l'ère du tout "bio, bon, sain"**
Avec Elodie Dupré, Greenstory
- 15h - L'innovation dans la bio**
Avec François Labbaye, Bio Développement
- 16h - La résilience des filières bio**
Avec Forébio

Mardi 26 octobre

- 10h - Comprendre et préserver la biodiversité dans les chaînes de valeur de la bio**
Avec Mathilde Gsell et Anna Kolf, Synabio et le témoignage de BBCIE
- 11h - Le digital, levier de croissance de votre entreprise bio**
Avec Tancrede du Réau et Dalia Da Silva, Agence Open Digital
- 12h - La Maison de la Bio, missions, objectifs, moyens**
Avec Lucie Tamet, Déléguée Générale et le témoignage d'un adhérent
- 14h - Eco conception digitale : le prochain challenge des marques engagées**
Avec Baptiste Cayol, Agence Buddy Buddy
- 15h - Comment le monde de demain sera plus bio - perception, consommation, production - Avec l'Agence Bio**

FORUM DES BIO-TENDANCES

par Bio Linéaires

STAND
R111



Tendances consommation

- Bio post covid : 4 clés pour répondre aux nouvelles attentes**
Avec Sauveur Fernandez, Econovateur
- Les tendances des marchés de la Bio**
Avec Bernard Ollié et Adrien Weitzman, good
- Et le consommateur dans cette vague de changements ?**
Avec François Labbaye, BIO panel
- Tendances internationales**
- Belgique, une bio à deux vitesses ?**
Avec Mélanie Login, Sales4Bio
- Le marché bio en Allemagne**
Avec Burkhard Schaer, Ecozept

Tendances distribution

Distribution GMS : 4 tendances fortes 2022-2025

Désormais acteurs du bio, la grande distribution et les marques conventionnelles, si elles s'inspirent du circuit spécialisé, mais avancent aussi sur de nouvelles voies qui vont peser à terme sur tout le secteur du bio. Décryptage : Cuisines fantômes Drive piéton - Rachat de magasins spécialisés - L'univers produit adapté au quartier.
Avec Sauveur Fernandez, Econovateur

Tendances sociétales

Bio++ : la bio face à la montée de nouveaux objectifs sociétaux, quelles conséquences ?

Un déferlement d'engagements « plus bio que bio » envahit la GMS, les grandes marques, de nouveaux labels, et le client, jusqu'à atteindre les produits non bio, et au risque de brouiller les différences - réelles - qu'apportent le réseau spécialisé et le label Bio UE. Décryptage des tendances en cours pour ne pas se laisser distancer.
Avec Sauveur Fernandez, Econovateur

Tendances sociétales

Vision : des filières producteur-transformateur aux slow filières circulaires du XXI^e siècle

Le « bio ET local » sort de l'enfance et se dirige vers des distances toujours plus raccourcies. Conséquence, les filières vont devoir s'adapter en se scindant en trois grandes « Slow » familles. Le locavorisme, mais aussi le zéro déchet, la consigne, la solidarité inclusive, sont les piliers d'une nouvelle chaîne agroalimentaire agile, circulaire, et systémique, en construction émergente. Une étape décisive du bio commence.
Avec Sauveur Fernandez, Econovateur

FORUM INNOVATIONS COSMÉTIQUES

par Cosmébio

STAND
P31



Dimanche 24 octobre

- 11h - Le solide dans tous ses états**
Avec Elodie Richard, Laboratoire Gravier
- 12h - Nouveautés 2021 : 100% sain et zéro déchet**
Avec Florian Thebaud, Ioumi-Provence

- 13h - **Prébiotiques et peaux sensibles et réactives**
Avec Charlene Devaud, Centifolia
- 14h - **Les "super-ingrédients" japonais**
Avec Alexandra Polya, Bijin
- 15h - **Autour de l'huile de chanvre**
Avec Maud Siegel, ASCA - L'esperluète
- 16h - **Découvrez les produits LAO**
Avec Lisa Schino, LAO
- 16h³⁰ - **COSMOS V4 : Perspectives et évolutions pour 2022. Quel impact sur la certification ?**
Avec Nicolas Bertrand, Cosmecert

Lundi 25 octobre

- 10h - **Les bienfaits de l'hélicithérapie**
Avec Fabrice Pierron, Mademoiselle Agathe
- 11h - **La Beauté In & Out**
Avec Marie-Pascale Ballet, Naadam Nature
- 11h³⁰ - **Prospectives cosmétiques à horizon 2025**
Avec Nicolas Bertrand, Lauriane Lubert et Caroline Girard, Cosmébio et Cluster Bio Auvergne Rhône-Alpes
- 12h - **DNVB : lancez votre gamme de soins solices**
Avec Simone Jeanne-Sizun, Savonnerie du Nouveau Monde
- 13h - **BB Crèmes 5-en-1 : nouveaux produits**
Avec Guillaume Cayuela, Florame
- 14h - **Les Incroyables Cosmétiques**
Avec Delphine Biette, La Fabrique de la Presqu'île
- 15h - **Quelles alternatives au plastique dans la cosmétique bio ?**
Avec Magali Hérisson, Alphanova Santé
- 16h - **L'usine-Began Ecolieu fabriquant**
Avec Delphine Biette, La Fabrique de la Presqu'île
- 17h - **Les allergies et les cosmétiques**
Avec Gwendoline Bressand, Laboratoire In Gratia Herbarum

Mardi 26 octobre

- 10h - **Les soins spécifiques pour une maternité épanouie**
Avec Claire Morlot, Néobulle
- 11h - **Le shampoing solide certifié bio et sans sulfate**
Avec Cyprien Bruel, Bélice
- 12h - **La bave d'escargot bio, la beauté au naturel**
Avec Sébastien Royer, RoyeR Cosmétique

- 13h - **Maquillage personnalisable, rechargeable & ecoBox**
Avec David Reccole, Dyp Cosmethic
- 14h - **Pourquoi financer la recherche autour d'un tensioactif pour cosmétiques solides ?**
Avec Laetitia Van de Walle, Lamazuna
- 15h - **Le thé blanc en cosmétique avec Léonia Paris**
Avec Eva Corfmat, Léonia Cosmétiques
- 15h³⁰ - **La transparence vis à vis des consommateurs : garanties apportées par la certification COSMOS et labellisation Cosmébio**
Avec Cosmecert, Ecocert et Cosmébio



Consultez le programme des conférences du Forum des Compléments Alimentaires animé par Synadiet sur natexpo.com



Dimanche 24 octobre

- 10h - **De l'ingrédient au produit fini : repenser l'innovation avec des ingrédients biologiques différenciants**
Avec Gaëlle Frémont, Directrice, Ingrébio
- 11h - **Le karité, histoire de femme !**
Avec Hanna EL Messaoudi, Biopartenaire, Hervé Mucke, Émile Noel, et Cosmébio

- 13h - **Structurer une filière d'approvisionnement bio européenne de qualité : exemple des Fruits et Légumes frais**
Avec Alexandra Farnos, Alexandra-Farnos.bio
- 14h - **Transformation alimentaire et principes de la bio sont-ils toujours compatibles aux yeux des consommateurs ?**
Avec Ida Fartsi, Pôle Qualité et Transformation ITAB
- 15h - **Vers une relocalisation des filières de matières premières & ingrédients bio à valeur nutritionnelle ajoutée**
Avec Émilie Chanséaume-Bussière, NutriFizz et Emmanuel Brehier, Hari&Co
- 16h - **La clause de revoyure en 2025 ; une pirouette réglementaire avant d'imposer des seuils pour les pesticides en bio ?**
Avec Bernard Lignon, Synabio

Lundi 25 octobre

- 10h - **De l'ingrédient au produit fini : repenser l'innovation avec des ingrédients biologiques différenciants**
Avec Gaëlle Frémont, Ingrébio
- 11h - **Et si manger du chocolat préservait les forêts tropicales...**
Avec Hanna EL Messaoudi, Biopartenaire, Sebastien Balmisse, Kaoka et Claire Dimier-Vallet, Synabio
- 12h - **Nouvelle réglementation et pays tiers : quels changements au stade de la production en pays tiers ?**
Avec Bettina Balmer, Aka Zebra et Michel Reynaud, Ecocert et membre du Conseil d'Administration de IFOAM Organics Europe

- 13h - **Structurer une filière d'approvisionnement bio européenne de qualité : exemple des Fruits et Légumes frais**
Avec Alexandra Farnos, Alexandra-Farnos.bio
- 14h - **La formulation des aliments transformés bio face à la nouvelle réglementation sur les ingrédients agricoles et non agricoles**
Avec Paul Van Dooren, Adrianor et Partenaire de RMT Actia TransfoBio

FORUM INNOVATION

STAND
P91

15h - Développer des produits à partir d'ingrédients upcyclés pour un objectif de nutrition durable

Avec Émilie Dalle, Nutrifizz et Dominique Sylvain, Hubcycle

16h - Produits de nettoyages en bio : les changements de l'annexe VII à l'annexe IV ?

Avec Bernard Lignon, Synabio

Mardi 26 octobre

10h - De l'ingrédient au produit fini : repenser l'innovation avec des ingrédients biologiques différenciants

Avec Gaëlle Frémont, Ingrébio

11h - L'approvisionnement en direct auprès des producteurs dans les pays du Sud : quelles conditions, quels avantages ?

Avec Anaïs Chotard, AVSF - autres intervenants à confirmer

12h - Nouvelle réglementation et pays tiers : quid des nouvelles modalités d'inspection ?

Avec Bettina Balmer, Aka Zebra, Antoine Faure, Ecocert et Coordinateur du groupe de travail Import, EOCC

13h - Quelles filières biologiques souhaitons-nous ?

Avec Claire Dimier-Vallet, Synabio

14h - Cadre d'évaluation multicritères de procédés de transformation bio : cas d'études ProOrg

Avec Rodolphe Vidal, ITAB et Co-animateur du RMT Actia TransfoBio

15h - Les aliments fermentés, quels intérêts nutritionnels et de santé ?

Avec Céline Gryson, NutriFiz et Jérôme Bucamp, Kyo Kombucha



Dimanche 24 octobre

11h - Éduquer sensibiliser et guider les consommateurs grâce à une communication à impact positif

Avec Marion Fries, Gaëlle Beaune et Stéphanie Pointreau, Réseau RaSines

12h - Le green new deal, quelle place des fabricants dans la construction de la consommation, de l'agriculture et l'offre de demain ?

Avec Judith Moog, Huilerie Moog (Bio Planète)

13h - Table ronde - La Raw Food : nouvelle star des rayon bio ?

Avec Virgile Auffrey, Version Crue

14h - Table ronde - DNVD* (Digital Native Vertical Brand) ou le lancement de marque sur internet : un modèle gagnant pour lancer sa marque en réseau bio

Avec Simon Le Fur, Aventure Bio

Lundi 25 octobre

11h - Les innovations retail green en 2020-2021

Avec Emilie Baron, Missions MMM

12h - L'intelligence artificielle au service de l'industrie agroalimentaire bio performante et résiliente aux changements climatiques

Avec Aurélien Verleyen, Dataswati

13h - Ultratransformation : l'impact d'une prise de conscience sur l'alimentation bio de demain

Sylvain Zaffaroni, Pour Nourrir demain, Aris Christodoulou, Siga, Sébastien Loctin, Biofuture et Camille Azoulai, Funky Veggie

14h - Industrie agro-alimentaire : quels sont les nouveaux outils et méthodes pour mettre en place et conforter sa stratégie bas carbone ?

Avec Fanny Pennet, Réseau RaSines

15h - Repenser la relation marque distributeur pour faire évoluer les points de vente et les linéaires produits

Avec Ecotone

16h - Food Waste Management System (gestion des déchets alimentaires) : rentabilité des filières et cas concrets

Avec Paul Adrien Menez - Zéro-gâchis

17h - Anticiper les tendances de la bio à venir

Avec Pascale Brousse, TrendSourcing

Mardi 26 octobre

11h - Éduquer sensibiliser et guider les consommateurs grâce à une communication à impact positif

Avec Marion Fries, Gaëlle Beaune et Stéphanie Pointreau, Réseau RaSines

12h - Table ronde - Amont des filières, gestion circulaire, actions régionales : comment le vrac doit se réinventer pour une réduction des déchets plus efficace

Avec Petrel

14h - L'intelligence artificielle au service de l'industrie agroalimentaire bio performante et résiliente aux changements climatiques

Avec Aurélien Verleyen, Dataswati

14h - Table ronde - De la création produit à sa distribution : mettre l'économie circulaire au cœur de nouveaux process

Avec KissKissBankBank



AGORA



Dimanche 24 octobre

11h - Bio Sud Ouest France, un outil de structuration des filières bio équitables pour les opérateurs du Sud-Ouest

Avec Flavie Tiret, Interbio Nouvelle Aquitaine

12h - La préservation de la biodiversité se joue-t-elle dans nos assiettes ?

Avec Ecotone

13h - Filière brassicole bio en Auvergne-Rhône-Alpes : structuration et marché

Avec Bastien Boissonnier, Cluster Bio

14h - Le label Territoire Bio Engagé, un outil pour vos territoires !

Avec Stéphanie Thebault, Initiative Bio Bretagne

15h - Le bénéfice de l'eau alcaline sur la santé et la planète

Avec Juan Carlos Novo, Alkanatur

16h - 30 ans du règlement biologique européen : bilan et avenir de la certification bio

Avec Ecocert

Lundi 25 octobre

11h - Table ronde - Pêche responsable : Quels critères ? Quelles garanties ?

Avec Jean-François Feillet, Phare d'Eckmühl

12h - Le Commerce Équitable, véritable levier pour des filières responsables et contribuer concrètement aux ODD

Avec Ecocert

13h - La place des fabricants dans l'accompagnement des filières : témoignage de l'Huilerie Moog partenaire de la culture du lin en Occitanie

Avec Judith Moog - Huilerie Moog (Bio Planète)

14h - Filière meunerie bretonne : de la recherche au produit fini

Avec Stéphanie Thebault, Initiative Bio Bretagne

15h - Table ronde - Le végétal au cœur des attentes des Français : le sarrasin, une plante dans nos assiettes et dans nos champs

Avec Jean-François Mallet, Ethnologue, chef et photographe culinaire, Pascal Guérin, GIEE Sarrasin Bio Bourgogne, et Nicolas Crabot, Atelier Sarrasin

16h - Table ronde - Focus sur la transformation bio en région Sud

Avec Fleur Masson, Aria Sud, et Cyril Bertrand, RMT Actia TransfoBio

Mardi 26 octobre

11h - Étude 2021 : les mentions qui augmentent les intentions d'achats des produits bio

Avec Marithé Castaing et Adrien Petit, Cluster Bio

12h - Table ronde - Diversité des territoires et complémentarité, un levier pour l'export en Grand Est !

Avec Isabelle Heumann, société Heumann

13h - Table ronde - Restauration bio et responsable comment impliquer et mobiliser ses acteurs ?

Avec Lionel Goumy, Biocoop

15h - Table ronde - Pêche responsable : Quels critères ? Quelles garanties ?

Avec Jean-François Feillet, Phare d'Eckmühl

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 PITCHS 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.

LES CONFÉRENCES ENSEIGNES DE LA FEEF



Lundi 25 octobre

11h - La bio en danger ? Vision croisée avec Carrefour

Avec Benoit Soury, Carrefour et Oliver Collet, FEEF

14h³⁰ - La bio et les achats responsables en restauration collective

Avec Florent Moulis, Sodexo, Jean-Philippe Thevenet, Sodexo, et Carole Cazaban, FEEF

Mardi 26 octobre

11h - Emballage et info produits : Nouveau dialogue entre les PME et les enseignes

Avec Angel Rodriguez, BIOPLANTS, Stéphane Debeunne, France Cake Tradition, Sophie Bonnet, Intermarché, et Isabelle Frappat, FEEF.

Programmes arrêtés au 30/06/2021 pouvant être soumis à modifications. Retrouvez tous les programmes complets sur www.natexpo.com

Demandez votre badge gratuit sur www.natexpo.com

Infos pratiques

Du dimanche 24 au mardi 26 octobre 2021
De 9h30 à 18h30. Fermeture à 17h le mardi 26 octobre.

Paris Nord Villepinte - Hall 6. Salon strictement réservé aux professionnels
Entrée : 50€ HT sans présentation d'un badge
Demandez votre badge gratuit sur www.natexpo.com

En transports en commun :

20 min depuis le centre de Paris : rejoindre la ligne B du RER, et prendre la direction "Aéroport Roissy-Charles de Gaulle". Descendre à la station "Parc des Expositions". Calculez votre itinéraire sur www.ratp.fr

En voiture :

Depuis Paris : emprunter les autoroutes A1 ou A3, puis la bretelle d'accès A104 direction Soissons. Suivre les panneaux vers le Parc des Expositions.

Depuis Orly, A6 et Paris Bercy : prendre l'autoroute A4, puis l'A86 et l'A3. Sortie Parc des Expositions.

Depuis Roissy et Lille : prendre l'autoroute A1 puis A103. Sortie Parc des Expositions.

Parking payant.

Privilégiez le covoiturage.

En avion

NOUVEAU

Un service de navettes gratuites est mis en place entre l'aéroport de Roissy-Charles de Gaulle et le Hall 6 de Paris Nord Villepinte. Un point accueil est à votre disposition dans les terminaux 2B et 2F du dimanche 24 au mardi 26 octobre de 8h30 à 11h30.

Horaires et informations sur www.natexpo.com.

Depuis l'aéroport Roissy Charles de Gaulle : se rendre à la gare TGV/RER située entre les terminaux CD et EF dans l'aérogare CDG2. Prendre le RER B direction "St-Rémy-lès-Chevreuse". Descendre à la station "Parc des Expositions".

Depuis l'aéroport d'Orly : prendre l'Orlyval jusqu'à Antony, puis emprunter la ligne B du RER direction "Aéroport Roissy-Charles de Gaulle". Descendre à la station "Parc des Expositions".

Restauration

Plusieurs restaurants 100% bio sont à votre disposition.
Plus d'informations sur www.natexpo.com

Conciergerie

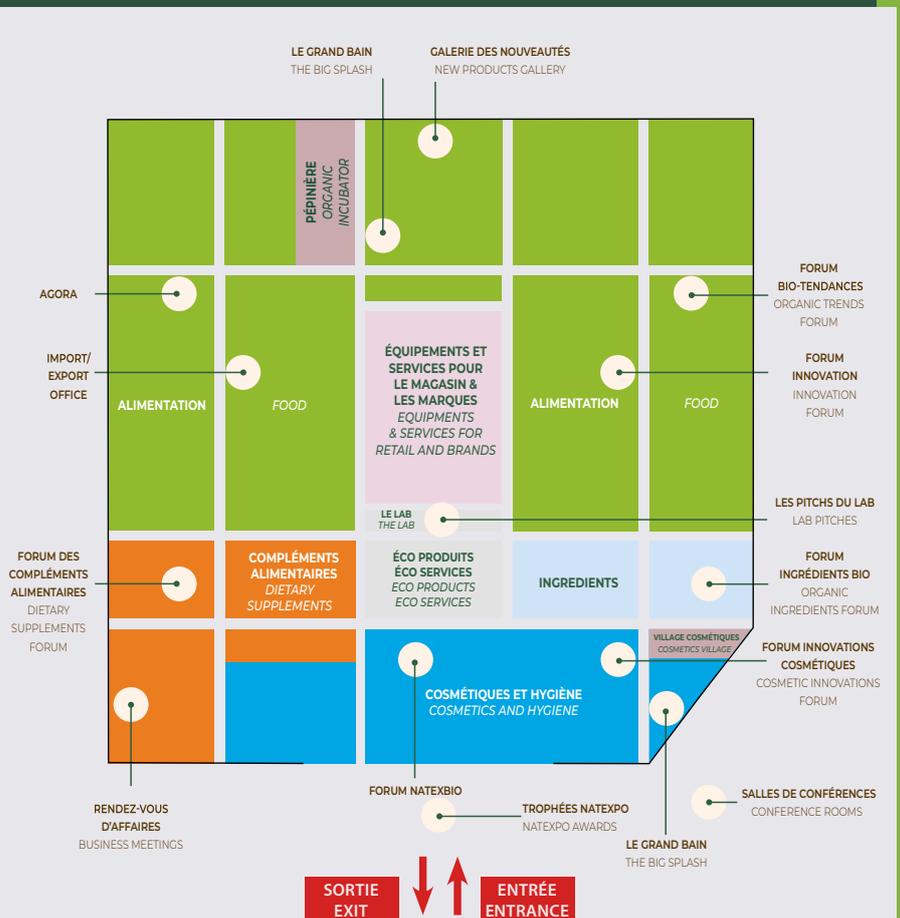
NOUVEAU

Un service de conciergerie est à votre disposition dans le Hall 6 pour vos besoins de réservations de taxis, coursiers, hôtels, billets d'avions, sorties...

Contact : visit@natexpo.com

Bagagerie

2€ / article



PARIS 2021
natexpo
24-26 OCT.

Plan non contractuel /
non-contractual document
61972021

Un salon éco-engagé

Le salon Natexpo s'engage pour le respect de l'environnement et la diminution de l'empreinte écologique qui constituent pour nous des valeurs essentielles. Nous tenons à une nature préservée en privilégiant des attitudes éco-responsables de la planification à la réalisation de nos projets. Les exposants de Natexpo sont sensibilisés à ces enjeux RSE et encouragés à poursuivre cette démarche, notamment avec des stands éco-responsables.

Gestion des déchets

En période de montage et de démontage, une collecte sélective du carton et du bois est organisée pour les exposants. Pendant le salon, une collecte sélective des déchets est proposée aux visiteurs. Les déchets sont ensuite triés, conditionnés puis acheminés vers les filières de valorisation appropriées.

Nettoyage

Le matériel de nettoyage utilisé pendant le salon est constitué de produits d'entretien écologiques.

Signalétique

90% de la signalétique du salon est fabriquée en carton.

Stands éco-responsables

Natexpo propose des aménagements de stands éco-responsables, avec un éclairage basse consommation, des moquettes qui seront recyclées et des cloisons en matériaux certifiés PEFC et réutilisables. Désormais, aucune moquette n'est installée dans les allées du salon.

Communication

Les supports de communication sont entièrement imprimés sur papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement.

Durabilité

Les porte-badges mis à disposition des visiteurs et des exposants sont issus de l'économie circulaire. Ils sont fabriqués en PVC recyclé et recyclable, récupérés après le salon et refondus dans une usine en Seine-Saint-Denis, pour fabriquer de nouveaux porte-badges, porte-cartes, pochettes...

Zéro gaspillage

Depuis plusieurs éditions, Natexpo a établi un engagement avec la Croix Rouge pour lutter contre le gaspillage. En 2019, 8 tonnes de marchandises ont été collectées auprès des exposants en fin de salon.

Restauration

Les différents stands de restauration à Natexpo proposent des menus 100% bio.



Mesures sanitaires

Dans le contexte de l'épidémie de coronavirus, votre santé est notre priorité. Afin que cette édition se déroule dans les meilleures conditions, nous vous remercions de bien vouloir appliquer les mesures en vigueur.

Le port du masque est obligatoire. Les visières ne sont pas admises.

Le pass sanitaire vous sera demandé pour accéder au salon. Nous mettrons en place les mesures en vigueur au moment de l'ouverture du salon, selon les directives du gouvernement à l'instant T.

En outre, nous demandons à chacun de bien vouloir respecter les gestes barrières en vigueur :

- > Se laver régulièrement les mains ou utiliser une solution hydro-alcoolique
- > Tousser ou éternuer dans son coude ou dans un mouchoir
- > Se moucher dans un mouchoir à usage unique, puis le jeter
- > Éviter de se toucher le visage
- > Respecter une distance d'au moins un mètre avec les autres
- > Saluer sans se serrer la main et arrêter les embrassades

Mesures mises en place par l'organisateur

- > Des affiches rappelant les gestes barrières seront disposées aux entrées, dans les allées du salon, à l'accueil, aux toilettes, dans les zones repos.
- > Des portes seront dédiées en entrées ou en sorties afin d'éviter aux visiteurs de se croiser.
- > Du gel hydro alcoolique sera disponible à plusieurs endroits du salon afin de pouvoir se désinfecter les mains. Ces points de diffusion seront indiqués sur les plans.
- > Les gardiens, les hôtes d'accueil et l'équipe organisatrice seront équipés de masques.
- > Des barrières physiques en plexiglass seront disposées aux points d'accueil.
- > Les zones communes, les allées et les sanitaires seront nettoyés fréquemment.
- > Les mesures de distanciation sociale seront respectées dans les salles de conférences, à savoir 1 personne pour 2,5m².

Un salon de
NATEXBIO
Fédération des transformateurs et distributeurs bio

Organisé par
Spas
Organisation

www.natexpo.com

#Natexpo2021

@natexpo

