

DOSSIER DE PRESSE

PARIS 2021  
**natexpo**  
SALON INTERNATIONAL  
DES PRODUITS BIOLOGIQUES



Ici naissent les  
**Bio-Tendances**  
de demain

24-26 octobre 2021 / Paris Nord Villepinte - Hall 6





## **NATEXPO 2021 À PARIS : TROIS JOURS AU CŒUR DE L'ACTUALITÉ FOISSONNANTE DU MARCHÉ BIO**

Du 24 au 26 octobre, NATEXPO constitue le point de ralliement très attendu des professionnels français et internationaux du secteur de la bio. En 2021, ce rendez-vous est le seul de cette envergure à se dérouler sur ce marché plus dynamique et plus novateur que jamais. Après une année 2020 atypique, durant laquelle le marché de la bio a fait un bond spectaculaire de +10 % vs 2019, ce salon BtoB représente l'occasion exceptionnelle de faire le point sur toute l'actualité d'un secteur résolument en phase avec les attentes des consommateurs. Beaucoup d'entre eux ont en effet décidé de s'orienter vers des produits plus naturels, responsables, locaux, faits-maison... C'est dans ce contexte très favorable aux produits bio et vecteur d'innovations dans le domaine que 2 500 exposants et marques ont décidé de faire le déplacement pour présenter leurs produits et leurs services aux milliers de visiteurs français et internationaux attendus sur place.

Des jeunes entreprises aux pionniers de la bio : tout l'éventail du marché est représenté à NATEXPO, qui, pour l'occasion, investit l'un des deux plus grands halls de Villepinte : le Hall 6. De nombreux intervenants internationaux ont fait le déplacement aux côtés des entreprises françaises. Ils viennent 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.

En un seul et même lieu, les professionnels bénéficient ainsi d'une vision complète du marché, de la convivialité des échanges avec les différents acteurs du secteur et de l'opportunité de participer aux nombreuses animations thématiques prévues pour en savoir davantage sur les dernières actualités et tendances du marché.



## Toutes les 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 marqué par une crise sans précédent et accompagnée d'un profond bouleversement des habitudes de consommation. En ligne avec les nouvelles attentes des consommateurs, l'univers de la bio propose des produits et services largement plébiscités dans tous les domaines. Cette vitalité se reflète dans la diversité des professionnels inscrits pour représenter la bio à tous les niveaux : alimentation, ingrédients, cosmétiques et hygiène, compléments alimentaires, services et équipements pour le magasin et les marques.

## Les dernières nouveautés du marché

Chaque nouvelle édition de NATEXPO attire de nouveaux exposants. Cette année, aux côtés des habitués de longue date, figurent plus de 500 nouveaux venus, dont la moitié n'avait jamais participé au salon auparavant. Parmi ces nouveaux exposants, 30 % ont participé à Natexpo pour la toute première fois lors de l'édition précédente à Lyon, en 2020, et reviennent forts de leur expérience fructueuse. Vitrine de l'esprit novateur de l'univers de la bio, NATEXPO accueille également cette année plus de 250 exposants dont les activités sont basées sur l'innovation et les éco-produits, ainsi qu'un village FoodTech. Parmi les nombreuses innovations présentées, figurent en particulier les lauréats des Trophées NATEXPO, qui récompensent les dernières nouveautés du marché. De son côté, la Galerie des Nouveautés réunit plus de 200 produits au cœur des nouvelles tendances du moment, que ce soit dans le domaine de la santé, de la gastronomie, du minimalisme, ou des nouveaux ingrédients.

## 3 jours de rencontres et d'échanges entre professionnels

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. 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. NATEXPO met également à la disposition de ses visiteurs et exposants un service de Rendez-Vous d'Affaires pré-qualifiés, ciblés selon leurs besoins. Ils sont réalisables pendant le salon, sur les stands ou en visioconférence. Plus de 2 000 rendez-vous sont prévus au cours du salon, soit +67% vs. 2019.



## Natexpo Digital : pour aller plus loin

En parallèle du salon physique, NATEXPO sera également disponible en ligne. Avec cet espace numérique, les visiteurs ont accès à l'interactivité et au contenu NATEXPO, à distance. Cette plateforme de mise en relation permet d'accéder à l'ensemble des exposants physiquement présents et même de dialoguer en direct via un module de chat audio et vidéo. Via cette plateforme, il est également possible de découvrir les nouveaux produits des exposants, le replay des conférences, d'organiser des networkings entre visiteurs... Ce service est accessible gratuitement grâce au code d'accès figurant sur le badge visiteur.

# PAROLE AUX ORGANISATEURS

**Pierrick de Ronne,**  
**Président de**  
**NATEXBIO / MAISON**  
**DE LA BIO,**  
*la fédération*  
*propriétaire 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 ! »

**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 avions 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.

NATEXPO 2021 ouvre aujourd'hui 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 assistons à une édition record, avec 1 200 exposants qui ont 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

Sponsor VIP & Presse

Maison  
**SEVESSENCE**

# SOMMAIRE

<b>Les secteurs du salon : le tour de la bio à 360°</b>	<b>p.8</b>
Point de repère : le plan du salon 2021	p.9
Eco-produits / Eco-services	p.10
Alimentation	p.11
Cosmétiques et hygiène	p.12
Compléments alimentaires	p.14
Ingrédients	p.15
Services et équipements pour le magasin et les marques	p.16
NATEXPO Digital	p.17
<b>Animations : la vision des experts</b>	<b>p.18</b>
Le Forum Maison de la Bio/Natexbio : L'actualité du secteur bio	p.19
Le Forum des Bio-Tendances : Un espace pour échanger avec des experts métier	p.19
Forum Innovations Cosmétiques : Bien-être et beauté à l'honneur !	p.19
Le Forum des Compléments Alimentaires : Pour tout connaître de la filière	p.19
Le Forum des Ingrédients Bio : La sécurisation des approvisionnements en question	p.20
L'Import/Export Office	p.20
Les conférences de la FEEF	p.20
Les Pitches du Lab	p.20
Le Forum Innovation	p.20
L'Agora	p.20
La galerie des nouveautés : tous les nouveaux produits en un coup d'œil	p.20
<b>Le programme des 3 jours</b>	<b>p.21</b>
<b>Les Pépites de NATEXPO : des espaces dédiés aux entreprises innovantes</b>	<b>p.34</b>
Le Grand Bain <b>Nouveau</b>	p.35
La Pépinière	p.35
Le Village cosmétiques	p.35
Le Lab	p.35
Le Pavillon Foodtech <b>Nouveau</b>	p.35
<b>Décryptage : Cahier de tendances NATEXPO 2021</b>	<b>p.36</b>
Macro-tendance 1 : Covid-19, une nouvelle écologie de soi	p.38
Macro-tendance 2 : Les contre-cultures gastronomiques	p.40
Macro-tendance 3 : Les natures inédites	p.43
Macro-tendance 4 : Les minimalismes modernes	p.45
<b>Récompenses : les lauréats des Trophées NATEXPO 2021</b>	<b>p.48</b>
Produits frais	p.50
Produits d'épicerie salés	p.51
Produits d'épicerie sucrés	p.52
Boissons	p.53
Compléments alimentaires	p.54
Cosmétiques et hygiène	p.55
Produits et services pour la maison et la personne	p.56
Services et équipements pour le magasin et les marques	p.57
<b>En savoir plus</b>	<b>p.58</b>
NATEXBIO : 5 000 entreprises moteurs de la croissance bio	p.59
SPAS ORGANISATION	p.61

# LES SECTEURS DU SALON

## LE TOUR DE LA BIO À 360 °



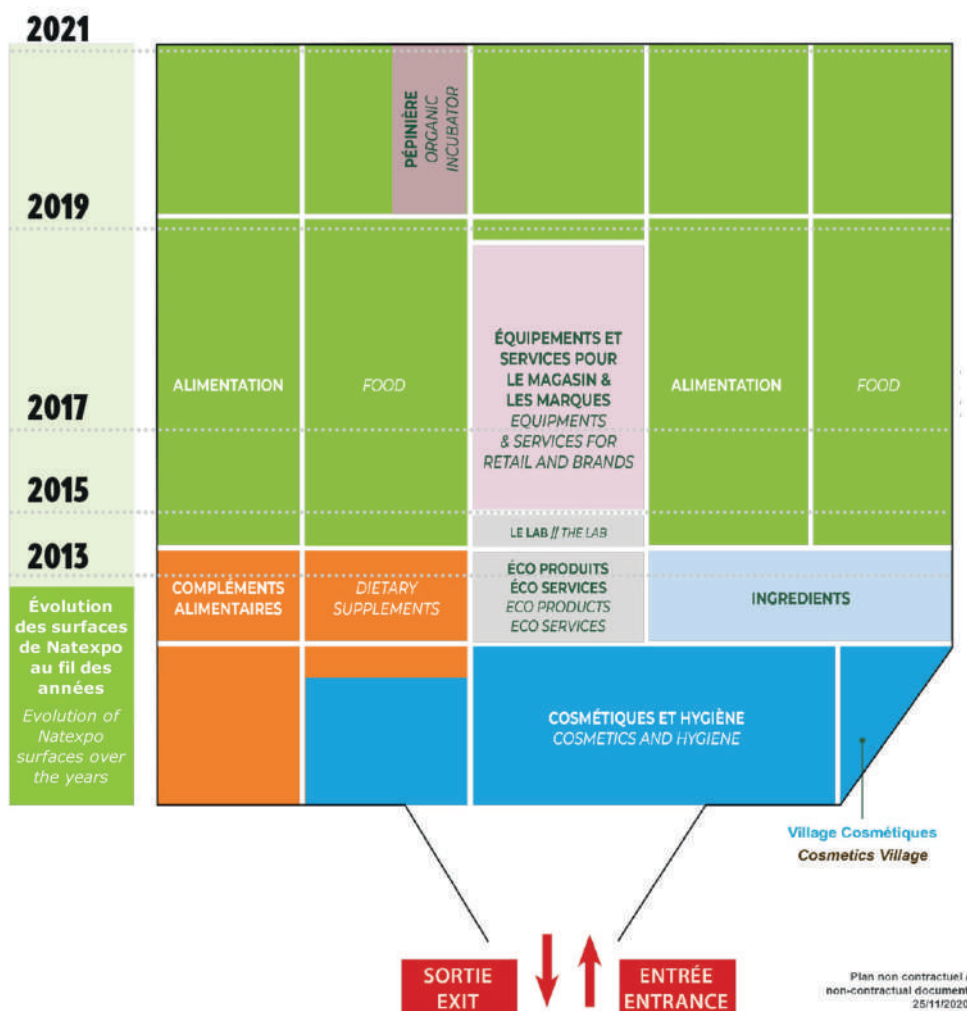
© Sébastien Carayon





# POINT DE REPÈRE : LE PLAN DU SALON 2021

1 200 exposants sont présents à NATEXPO sur 6 secteurs clés : Alimentation, Cosmétiques et Hygiène, Compléments alimentaires, Ingrédients, Services et Équipements pour le magasin, Eco-Produits/Eco-Services.



## 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.



### UN NOUVEAU SECTEUR AU CŒUR DES NOUVELLES TENDANCES DE CONSOMMATION

Face aux nouvelles attentes des consommateurs en matière d'anti-gaspi, de zéro-déchet, d'upcycling, d'approvisionnement local, de décarbonation, de saisonnalité, de juste rémunération de tous les maillons... les enjeux sont nombreux pour les entreprises, quel que soit leur secteur d'activité. C'est pourquoi NATEXPO réunit en un seul et même lieu toutes les initiatives responsables développées par les entreprises du secteur bio au sein d'un nouvel espace « Eco-Produits / Eco-Services ». L'occasion de découvrir le foisonnement d'idées qui animent les entrepreneurs de la bio pour aller toujours plus loin dans le respect de la Nature et de l'Humain.

#### *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 sont présents. 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...



# 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 650 exposants présents au sein du secteur alimentation représentent plus de la moitié 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 2020, il a atteint 13,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit + 10,4 % vs 2019, ce qui représente un bond de 1,4 milliard d'euros en seulement 1 an. Désormais, plus de 6,5 % 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 nouveaux produits, des snacks innovants, des nouvelles huiles, des gâteaux anti-gaspi issu de reste de préparation, des produits à base de chanvre...

Et pour la première fois, un collectif « Jeunes Pousses Synabio » sera présent sur le salon.



## 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, plus de 150 exposants français et internationaux sont présents à NATEXPO, soit 30 % de plus qu'en 2019.

### 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 upcyclés, anti-gaspi, etc.

### 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>.



# Forum Innovations Cosmétiques : 3 jours d'animations

En partenariat avec Cosmébio®<sup>1</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, la découverte des nouveautés au sein d'un testing bar et des marques niches de cosmétiques naturels et bio...



Association Professionnelle  
de Cosmétique Écologique et Biologique



<sup>1</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.

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*

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...

### *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.



Syndicat National des Compléments Alimentaires

# 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 offre 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 » accueille 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.

### **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.

### 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 plateforme 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 accueille 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

### 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



## 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 peuvent 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, 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.

Une partie du programme de conférences NATEXPO sera également retransmise 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.



# ANIMATIONS

## LA VISION DES EXPERTS



© Sébastien Carayon



### **L'actualité de la bio expliquée par des experts**

Tout au long du salon, plus de 150 conférences sont organisées pour décrypter les dernières tendances et actualités de la bio en France et dans le monde. Sur plus de 10 espaces thématiques, des experts interviennent pour donner leur éclairage.

### **Des rendez-vous d'affaires pré-qualifiés**

NATEXPO met à la disposition de ses visiteurs et exposants un service de Rendez-Vous d'Affaires pré-qualifiés, ciblés selon leurs besoins. Ils sont réalisables pendant le salon, sur les stands ou en visioconférence. Plus de 2 000 rendez-vous sont prévus, soit +67 % vs. 2019.

### **Le Forum Natexbio / La Maison de la Bio 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.

De plus, au cours de ces 3 jours de salon, les visiteurs auront également l'occasion de faire connaissance avec les 3 lauréats du Natexbio Challenge 2021.



### **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, perspectives 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...



### **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.



### **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.



### **La Galerie des Nouveautés : tous les nouveaux produits en un coup d'oeil**

Le secteur de la bio est source d'innovation et la Galerie des Nouveautés 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 200 produits seront présentés : un record !



# LE PROGRAMME

DES 3 JOURS



© Sébastien Carayon



© Sébastien Carayon



# PROGRAMME

## DIMANCHE 24 OCTOBRE 2021

	10 h	11 h	12 h
<b>Forum Natexbio / La Maison de la Bio</b> Stand K32	<b>Découvrez BioED : le label RSE des entreprises bio</b> ( <i>Mathilde Gsell et Anna Kolf, Synabio, avec le témoignage d'Alpes biscuit</i> )	<b>L'innovation dans la bio</b> ( <i>François Labbaye, Bio Développement</i> )	<b>La Maison de la Bio, missions, objectifs, moyens</b> ( <i>Lucie Tamet, La Maison de la Bio, avec le témoignage d'un adhérent</i> )
<b>Forum des Bio-Tendances</b> Stand R111	<b>10h30</b> <b>Bio post-Covid : 4 clés pour répondre aux nouvelles attentes</b> ( <i>Sauveur Fernandez, Econovateur</i> )	<b>11h30</b> <b>Belgique, une bio à deux vitesses ?</b> ( <i>Mélanie Login, Sales4Bio</i> )	<b>12h30</b> <b>Les tendances des marchés de la bio</b> ( <i>Bernard Ollié et Adrien Weitzman, Agence Good</i> )
<b>Forum des Ingrédients Bio</b> Stand R41	<b>De l'ingrédient au produit fini : repenser l'innovation avec des ingrédients biologiques différenciants</b> ( <i>Gaëlle Frémont, Ingrébio</i> )	<b>Le karité, histoire de femme !</b> ( <i>Hanna EL Messaoudi, Biopartenaire et Hervé Mucke, Émile Noel</i> )	<b>Certification bio du sel : tour d'horizon des enjeux liés au nouveau règlement bio</b> ( <i>Olivier Catrou, INAO</i> )
<b>Forum Innovations Cosmétiques</b> Stand P31		<b>Le solide dans tous ses états</b> ( <i>Laboratoire Gravier</i> )	<b>Nouveautés 2021: 100% sain et zéro déchet</b> ( <i>Florian Thebaud, Ioumi-Provence</i> )
<b>Forum des Compléments Alimentaires</b> Stand C50	<b>Les compléments alimentaires bio : à la croisée de deux réglementations</b> ( <i>Synadiet</i> )	<b>11h30</b> <b>Le marché des compléments alimentaires bio</b> ( <i>Bioanalytics</i> )	

13 h	14 h	15 h	16 h	17 h
	<p><b>Communiquer efficacement sur ses engagements de marque à l'ère du tout "bio, bon, sain"</b> (<i>Élodie Dupré, Greenstory</i>)</p>	<p><b>Comment le monde de demain sera plus bio - perception, consommation, production</b> (<i>Laure Verdeau, Agence BIO</i>)</p>		<p><b>Remise des trophées Natexpo 2021</b></p>
<p><b>13h30</b> <b>Distribution GMS : 4 tendances fortes 2022-2025</b> (<i>Sauveur Fernandez, Econovateur</i>)</p>	<p><b>14h30</b> <b>Les tendances des marchés de la bio</b> (<i>Bernard Ollié et Adrien Weitzman, Agence Good</i>)</p>	<p><b>15h30</b> <b>Les tendances marché du vrac</b> (<i>Célia Rennesson et Chloé Liard, Réseau Vrac</i>)</p>	<p><b>16h30</b> <b>Le consommateur bio et le digital/cross-canal</b> (<i>François Labbaye, Bio Développement</i>)</p>	<p><b>17h30</b> <b>Vision : des filières producteur-transformateur aux slow filières circulaires du XXIe siècle</b> (<i>Sauveur Fernandez, Econovateur</i>)</p>
<p><b>Structurer une filière d'approvisionnement bio européenne de qualité : exemple des fruits et légumes frais</b> (<i>Alexandra Farnos, Alexandra-Farnos.bio</i>)</p>	<p><b>Transformation alimentaire et principes de la bio sont-ils toujours compatibles aux yeux des consommateurs ?</b> (<i>Ida Fartsi, ITAB</i>)</p>	<p><b>Vers une relocalisation des filières de matières premières &amp; ingrédients bio à valeur nutritionnelle ajoutée</b> (<i>Émilie Chanséaume-Bussière, NutriFizz et Emmanuel Brehier, Hari&amp;Co</i>)</p>	<p><b>La clause de revoyure en 2025 ; une pirouette réglementaire avant d'imposer des seuils pour les pesticides en bio ?</b> (<i>Bernard Lignon, Synabio</i>)</p>	
<p><b>Prébiotiques et peaux sensibles et réactives</b> (<i>Charlène Devaud, Centifolia</i>)</p>	<p><b>Les "super-ingrédients" japonais</b> (<i>Alexandra Polya, Bijin</i>)</p>	<p><b>Autour de l'huile de chanvre</b> (<i>Maud Siegel, ASCA - L'esperluète</i>)</p>	<p><b>Découvrez les produits LAO</b> (<i>Lisa Schino, LAO</i>) <b>16h30</b> <b>COSMOS V4: Perspectives et évolutions pour 2022. Quel impact sur la certification ?</b> (<i>Cosmécert, Ecocert et Cosmébio</i>)</p>	
	<p><b>14h30</b> <b>L'apithérapie : les bienfaits des produits de la ruche</b> (<i>Laboratoires Super Diet</i>)</p>	<p><b>15h30</b> <b>Les tendances du complément alimentaire</b> (<i>Nutrikéo</i>)</p>	<p><b>16h30</b> <b>Réglementation des allégations : sur un pack, une pub, en magasin, que peut-on dire sur les produits ?</b> (<i>Elodie Veyret, Synadiet</i>)</p>	

# PROGRAMME

## DIMANCHE 24 OCTOBRE 2021

	10 h	11 h	12 h
<b>Forum Innovation</b> Stand P91		<b>Éduquer sensibiliser et guider les consommateurs grâce à une communication à impact positif</b> <i>(Marion Fries, Gaëlle Beaune et Stéphanie Pointreau, Réseau RaSines)</i>	
<b>Import/Export Office</b> Stand E90		<b>Présentation du marché alimentaire bio en Ukraine et recommandations stratégiques pour aborder le marché</b> <i>(Olexandra Hereliouk, Business France)</i>	
<b>Agora</b> Stand C110		<b>Bio Sud Ouest France, un outil de structuration des filières bio équitables pour les opérateurs du Sud-Ouest</b> <i>(Flavie Tiret, Interbio Nouvelle Aquitaine)</i>	<b>La préservation de la biodiversité se joue-t-elle dans nos assiettes ?</b> <i>(Amandine Rachenne et Foucauld Droulers, Ecotone, Mathilde Gsell, Synabio et Christelle Garnier, Cocebi)</i>
<b>Les conférences enseignes de la FEEF</b> Espace Conférence			
<b>Les pitches du Lab</b> Stand J61		<b>Introduction et présentation du Lab</b> <b>11h30</b> <b>Offres innovantes pour l'éco-conception &amp; les politiques RSE</b> <i>(A demain, Bio'm Paris, Sorewards)</i>	



13 h	14 h	15 h	16 h	17 h
<p><b>Table ronde - La raw food (alimentation crue) : nouvelle star des rayon bio ?</b> (<i>Virgile Auffrey, Version Crue</i>)</p>	<p><b>Table ronde - DNVB* (Digital Native Vertical Brand) ou le lancement de marque sur internet : un modèle gagnant pour lancer sa marque en réseau bio</b> (<i>Simon Le Fur, Aventure Bio, Cyril Névès, Les Petits Bidons et Boris Le Goffic, Endro</i>)</p>		<p><b>Suffit-t-il d'éliminer le plastique pour éliminer les déchets ?</b> (<i>Nicolas Soubelet, Squiz - Fillgood - Ma Bonne Etoile, Justine Laurent, Circulab et Philippe Berthaud, A-Demain</i>)</p>	
	<p><b>Présentation du marché alimentaire bio en République Tchèque et recommandations stratégiques pour aborder le marché</b> (<i>Martina Dundrova, Business France</i>)</p>			
<p><b>Filière brassicole bio en Auvergne-Rhône-Alpes : structuration et marché</b> (<i>Bastien Boissonnier, Cluster Bio</i>)</p>	<p><b>Le label Territoire Bio Engagé, un outil pour vos territoires !</b> (<i>Stéphanie Thebault, Initiative Bio Bretagne</i>)</p>	<p><b>Le bénéfice de l'eau alcaline sur la santé et la planète</b> (<i>Juan Carlos Novo, Alkanatur</i>)</p>	<p><b>30 ans du règlement biologique européen : bilan et avenir de la certification bio</b> (<i>Michel Reynaud et Philippe Thomazo, Ecocert</i>)</p>	
	<p><b>Innovations dans le vrac</b> (<i>Webulk, Mayam by vracoop, Smart Vrac, Moulin Malin, Bric à vrac, Mywah</i>)</p>	<p><b>15h30 Solutions antigaspillage &amp; upcycling</b> (<i>Smartway, Cocomiette, Ramen tes drêches, Green Griot, Green Mamma</i>)</p>		

# PROGRAMME

## LUNDI 25 OCTOBRE 2021

	10 h	11 h	12 h
<b>Forum Natexbio / La Maison de la Bio</b> Stand K32	<b>Le digital, levier de croissance de votre entreprise bio</b> ( <i>Tancrède du Réau et Dalia Da Silva, Agence Open Digital</i> )	<b>Exigences de la bio en agriculture</b> ( <i>Forébio</i> )	<b>Inauguration du salon</b>
<b>Forum des Bio-Tendances</b> Stand R111	<b>Les tendances des marchés de la bio</b> ( <i>Bernard Ollié et Adrien Weitzman, Agence Good</i> )	<b>Avancées réglementaires</b> ( <i>Lucia Pereira, Réseau Vrac</i> )	<b>Les magasins bio en France face au challenge des emballages</b> ( <i>Burkhard Schaer, Ecozept</i> )
<b>Forum des Ingrédients Bio</b> Stand R41	<b>De l'ingrédient au produit fini : repenser l'innovation avec des ingrédients biologiques différenciants</b> ( <i>Gaëlle Frémont, Ingrébio</i> )	<b>Et si manger du chocolat préservait les forêts tropicales...</b> ( <i>Hanna EL Messaoudi, Biopartenaire, Sebastien Balmisse, Kaoka et Claire Dimier-Vallet, Synabio</i> )	<b>Nouvelle réglementation et pays tiers : quels changements au stade de la production en pays tiers ?</b> ( <i>Bettina Balmer, Aka Zebra et Michel Reynaud, Ecocert et membre du Conseil d'Administration de IFOAM Organics Europe</i> )
<b>Forum Innovations Cosmétiques</b> Stand P31	<b>Les bienfaits de l'hélicithérapie</b> ( <i>Fabrice Pierron, Mademoiselle Agathe</i> )	<b>La beauté in &amp; out</b> ( <i>Marie-Pascale Ballet, Naadam Nature</i> ) <b>11h30</b> <b>Prospectives cosmétiques à horizon 2025</b> ( <i>Nicolas Bertrand, Lauriane Lubert, Caroline Girard, Cosmebio &amp; Cluster Bio Auvergne Rhône-Alpes</i> )	<b>DNVB: lancez votre gamme de soins solides</b> ( <i>Simone Jeanne-Sizun, Savonnerie du Nouveau Monde</i> )
<b>Forum des Compléments Alimentaires</b> Stand C50	<b>Décryptage de l'étiquetage d'un complément alimentaire</b> ( <i>Elodie Veyret, Synadiet</i> )	<b>Quels bons réflexes adopter en cas de contrôle de l'administration (DDPP) ?</b> ( <i>Maitre Flavien Meunier, LEXCAP</i> )	

13 h	14 h	15 h	16 h	17 h
	<p><b>Communiquer efficacement sur ses engagements de marque à l'ère du tout "bio, bon, sain"</b> (<i>Elodie Dupré, Greenstory</i>)</p>	<p><b>L'innovation dans la bio</b> (<i>François Labbaye, Bio Développement</i>)</p>	<p><b>La résilience des filières bio</b> (<i>Forébio</i>)</p>	<p><b>Le commerce équitable et la distribution spécialisée. Biopartenaire et Synadis Bio, un partenariat ambitieux.</b> (<i>Delphine Meron, Synadis Bio et Claire Touret, Biopartenaire</i>)</p>
<p><b>Bio++ : la bio face à la montée de nouveaux objectifs sociétaux, quelles conséquences ?</b> (<i>Sauveur Fernandez, Econovateur</i>)</p>	<p><b>Le consommateur bio et l'innovation</b> (<i>François Labbaye, Bio Développement</i>) <b>14h30</b> Vision : des filières producteur-transformateur aux slow filières circulaires du XXI<sup>e</sup> siècle (<i>Sauveur Fernandez, Econovateur</i>)</p>	<p><b>Belgique, une bio à deux vitesses ?</b> (<i>Mélanie Login, Sales4Bio</i>)</p>	<p><b>Le marché bio en Allemagne</b> (<i>Burkhard Schaer, Ecozept</i>)</p>	<p><b>Les tendances des marchés de la bio</b> (<i>Bernard Ollié et Adrien Weitzman, Agence Good</i>) <b>17h30</b> Bio post covid : 4 clés pour répondre aux nouvelles attentes (<i>Sauveur Fernandez, Econovateur</i>)</p>
<p><b>Structurer une filière d'approvisionnement bio européenne de qualité : exemple des fruits et légumes frais</b> (<i>Alexandra Farnos, Alexandra-Farnos.bio</i>)</p>	<p><b>La formulation des aliments transformés bio face à la nouvelle réglementation sur les ingrédients agricoles et non agricoles</b> (<i>Paul Van Dooren, Adrianor et RMT Actia TransfoBio</i>)</p>	<p><b>Développer des produits à partir d'ingrédients upcyclés pour un objectif de nutrition durable</b> (<i>Émilie Dalle, Nutrifizz et Dominique Sylvain, Hubcycle</i>)</p>	<p><b>Produits de nettoyages en bio : les changements de l'annexe VII à l'annexe IV ?</b> (<i>Bernard Lignon, Synabio</i>)</p>	
<p><b>BB Crèmes 5-en-1 : nouveaux produits</b> (<i>Guillaume Cayuela, Florame</i>)</p>	<p><b>Les incroyables cosmétiques</b> (<i>Delphine Biette, La Fabrique de la Presqu'île</i>)</p>	<p><b>Quelles alternatives au plastique dans la cosmétique bio ?</b> (<i>Magali Hérisson, Alphanova Santé</i>)</p>	<p><b>L'usine-Beegan Ecolieu fabricant</b> (<i>Jessie Quantinet, Ballot Flurin</i>)</p>	<p><b>Les allergies et les cosmétiques</b> (<i>Gwendoline Bressand, Laboratoire In Gratia Herbarum</i>)</p>
	<p><b>14h30</b> <b>La consommation de canneberge en France</b> (<i>Harris Interactive</i>)</p>	<p><b>15h30</b> <b>Actualités scientifiques du secteur des compléments alimentaires</b> (<i>Nutraveris</i>)</p>	<p><b>16h30</b> <b>La naturopathie : un intérêt grandissant pour une santé naturelle et bio</b> (<i>Laboratoires Super Diet</i>)</p>	

# PROGRAMME

## LUNDI 25 OCTOBRE 2021

	10 h	11 h	12 h
<b>Forum Innovation</b> Stand P91		<b>Les innovations retail green en 2020-2021</b> ( <i>Emilie Baron, Missions MMM</i> )	<b>L'intelligence artificielle au service de l'industrie agroalimentaire bio performante et résiliente aux changements climatiques</b> ( <i>Aurélien Verleyen, Dataswati</i> )
<b>Import/Export Office</b> Stand E90		<b>Présentation du marché alimentaire bio en Pologne et recommandations stratégiques pour aborder le marché</b> ( <i>Joanna Galej, Business France</i> )	
<b>Agora</b> Stand C110	<b>Étude sur le gaspillage alimentaire : comment faire converger les attentes des consommateurs et des distributeurs ?</b> ( <i>Mike Hadjadj, iloveretail.fr et Paul-Adrien Menez, Smartway</i> )	<b>Table ronde - Pêche responsable : Quels critères ? Quelles garanties ?</b> ( <i>Jean-François Feillet, Phare d'Eckmühl, Elizabeth Vallet, Ethic Ocean, François Chartier, Greenpeace et Béatrice Feutré, Maison Chancerelle</i> )	<b>Le commerce équitable, véritable levier pour des filières responsables et contribuer concrètement aux ODD</b> ( <i>Laurent Lefebvre, Ecocert, avec les témoignages de sociétés labellisées Fair for Life</i> )
<b>Les conférences enseignes de la FEEF</b> Espace Conférence		<b>La bio en danger ? Vision croisée avec Carrefour</b> ( <i>Benoit Soury, Carrefour et Oliver Collet, FEEF</i> )	
<b>Les pitches du Lab</b> Stand J61	<b>10h30</b> <b>Solutions d'éco-packaging &amp; de consigne</b> ( <i>Little Pots, Tipa, Mizenboite, Alterosac, Lao Care</i> )		

## 13 h

**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*)

## 14 h

**Industrie agro-alimentaire - Quels sont les nouveaux outils et méthodes pour mettre en place et conforter sa stratégie bas carbone ?**

(*Fanny Pennet, Réseau RaSines*)

## 15 h

**Repenser la relation marque distributeur pour faire évoluer les points de vente et les linéaires produits**

(*Alexandre Cadennes, Ecotone-Danival et Claire Touret, Biopartenaire*)

## 16 h

**Comment le Food Waste Management System amène les distributeurs à augmenter leur marge et rentabiliser les filières de revalorisation**

- **Cas concrets**  
(*Paul Adrien Menez, Smartway*)

## 17 h

**Anticiper les tendances de la bio à venir**

(*Pascale Brousse, Trend Sourcing*)

**L'Autriche, championne de la bio**

(*Sabine Douchaina, Advantage Austria Paris et Barbara Köcher Schulz, Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH*)

**Présentation du marché alimentaire bio en Roumanie et recommandations stratégiques pour aborder le marché**

(*Roxana Puscasu, Business France*)

**Le marché de la bio en Espagne : tendances et opportunités pour les entreprises françaises**

(*Christelle Guillemot, CCI France Espagne*)

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

(*Judith Moog, Huilerie Moog et Bio Planète*)

**Filière meunerie bretonne : de la recherche au produit fini**

(*Stéphanie Thebault, Initiative Bio Bretagne*)

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

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

**Table ronde - Comment mieux produire bio ? Outils et réflexions sur l'ensemble de la chaîne de valeur**

(*Cyril Bertrand, CRITT Agroalimentaire PACA et RMT Actia TransfoBio, Marc Montluçon, FRDP, Sébastien Chatelain, JM Confiturerie Chatelain et Véronique Sendra, Agrosourcing*)

### 14h30

**La bio et les achats responsables en restauration collective**

(*Florent Moulis, Sodexo, Jean-Philippe Thevenet, Sodexo et Carole Cazaban, FEEF*)

### 13h30

**Eco-produits du quotidien : consommation zéro déchet**

(*Angie be green, Zero officiel, Cap bamboo, Happy Turtle Straw, Wash*)

**Eco-produits pour consommer et cultiver au naturel**

(*Alkanatur, Maïka Ko, Jardinat, Mon amie Hakko, Solar Brother, Les Verts Moutons*)

# PROGRAMME

## MARDI 26 OCTOBRE 2021

	10 h	11 h	12 h
<b>Forum Natexbio / La Maison de la Bio</b> Stand K32	<b>Comprendre et préserver la biodiversité dans les chaînes de valeur de la bio</b> ( <i>Mathilde Gsell et Anna Kolf, Synabio, avec le témoignage de BBCIE</i> )	<b>Le digital, levier de croissance de votre entreprise bio</b> ( <i>Tancrède du Réau et Dalia Da Silva, Agence Open Digital</i> )	<b>La Maison de la Bio, missions, objectifs, moyens</b> ( <i>Lucie Tamet, La Maison de la Bio, avec le témoignage d'un adhérent</i> )
<b>Forum des Bio-Tendances</b> Stand R111	<b>Le consommateur bio et le digital/cross-canal</b> ( <i>François Labbaye, Bio Développement</i> )  <b>10h30</b> <b>Belgique, une bio à deux vitesses ?</b> ( <i>Mélanie Login, Sales4Bio</i> )	<b>11h30</b> <b>Les tendances des marchés de la bio</b> ( <i>Bernard Ollié et Adrien Weitzman, Agence Good</i> )	<b>Bio post-Covid : 4 clés pour répondre aux nouvelles attentes</b> ( <i>Sauveur Fernandez, Econovateur</i> )
<b>Forum des Ingrédients Bio</b> Stand R41	<b>De l'ingrédient au produit fini : repenser l'innovation avec des ingrédients biologiques différenciants</b> ( <i>Gaëlle Frémont, Ingrébio</i> )	<b>Le sourcing en direct auprès des producteurs dans les pays du Sud : quelles conditions, quels avantages ?</b> ( <i>Anais Chotard, AVSF</i> )	<b>Nouvelle réglementation et pays tiers : quid des nouvelles modalités d'inspection ?</b> ( <i>Bettina Balmer, Aka Zebra et Antoine Faure, Ecocert, Coordinateur du groupe de travail Import, EOCC</i> )
<b>Forum Innovations Cosmétiques</b> Stand P31	<b>Les soins spécifiques pour une maternité épanouie</b> ( <i>Claire Morlot, Néobulle</i> )	<b>Le shampoing solide certifié bio et sans sulfate</b> ( <i>Cyprien Bruel, Bélice</i> )	<b>La bave d'escargot bio, la beauté au naturel</b> ( <i>Sébastien Royer, RoyeR Cosmétique</i> )
<b>Forum des Compléments Alimentaires</b> Stand C50	<b>L'utilisation des plantes dans les compléments alimentaires</b> ( <i>Christophe Ripoll, Synadiet, Natinov et Phytolia</i> )	<b>Le chanvre, bientôt dans les compléments alimentaires ?</b> ( <i>Union des industriels pour la valorisation des extraits de chanvre</i> )	

13 h	14 h	15 h	16 h	17 h
	<p><b>Sites web éco-conçus : le prochain challenge des marques engagées</b> (<i>Baptiste Cayol, Agence Buddy Buddy</i>)</p>	<p><b>Comment le monde de demain sera plus bio - perception, consommation, production</b> (<i>Dorian Flechet, Agence BIO</i>)</p>		
<p><b>Les tendances marché du vrac</b> (<i>Célia Rennesson et Chloé Liard, Réseau Vrac</i>)</p>	<p><b>Distribution GMS : 4 tendances fortes 2022-2025</b> (<i>Sauveur Fernandez, Econovateur</i>)</p> <p><b>14h30</b> <b>Les magasins bio en France face au challenge des emballages</b> (<i>Burkhard Schaer, Ecozept</i>)</p>	<p><b>15h30</b> <b>Les tendances des marchés de la bio</b> (<i>Bernard Ollié et Adrien Weitzman, Agence Good</i>)</p>	<p><b>Bio++ : la bio face à la montée de nouveaux objectifs sociétaux, quelles conséquences ?</b> (<i>Sauveur Fernandez, Econovateur</i>)</p>	
<p><b>EGALIM, EGALIM 2... Quelles filières biologiques souhaitons-nous ?</b> (<i>Claire Dimier-Vallet, Synabio et Marc Barré, Biofournil et Synabio</i>)</p>	<p><b>Cadre d'évaluation multicritères de procédés de transformation bio : cas d'études ProOrg</b> (<i>Rodolphe Vidal, ITAB et RMT Actia TransfoBio</i>)</p>	<p><b>Les aliments fermentés, quels intérêts nutritionnels et de santé ?</b> (<i>Céline Gryson, NutriFizz et Jérôme Bucamp, Kyo Kombucha</i>)</p>		
<p><b>Maquillage personnalisable, rechargeable &amp; ecoBox</b> (<i>David Reccole, Dyp Cosmethic</i>)</p>	<p><b>Pourquoi financer la recherche autour d'un tensioactif pour cosmétiques solides ?</b> (<i>Laetitia Van de Walle, Lamazuna</i>)</p>	<p><b>Le thé blanc en cosmétique avec Léonia Paris</b> (<i>Eva Corfmat, Léonia Cosmétiques</i>)</p> <p><b>15h30</b> <b>La transparence vis-à-vis des consommateurs : garanties apportées par la certification COSMOS et labellisation Cosmébio</b> (<i>Cosmécert, Ecocert et Cosmébio</i>)</p>		
	<p><b>14h30</b> <b>Les huiles essentielles : de bonnes précautions d'emploi pour un usage en toute sécurité</b> (<i>Elodie Veyret, Synadiet</i>)</p>			

# PROGRAMME

## MARDI 26 OCTOBRE 2021

	10 h	11 h	12 h
<b>Forum Innovation</b> Stand P91	<b>Table ronde -            Le réemploi : comment            répondre aux attentes            consommateurs ?</b> (Emmanuel Auberger, Uzaje, Romain Launay, Kea & Partners, Alix Renaud, Triballat et Philippe Reutenauer, Léa Nature)	<b>Éduquer sensibiliser et guider            les consommateurs grâce à            une communication à impact            positif</b> (Marion Fries, Gaëlle Beaune et Stéphanie Pointreau, Réseau RaSines)	<b>Table ronde -            Amont des filières, gestion            circulaire, actions régionales :            comment le vrac doit se            réinventer pour une réduction            des déchets plus efficace</b> (Hugues Pelletier, Petrel et Sophie Ozdzinski, Webulk)
<b>Import/Export            Office</b> Stand E90		<b>La vision du consommateur en            France et en Europe</b> (François Labbaye, Bio Développement)	
<b>Agora</b> Stand C110		<b>Étude 2021 : les mentions qui            augmentent les intentions            d'achats des produits bio</b> (Marithé Castaing et Adrien Petit, Cluster Bio)	<b>Table ronde -            Diversité des territoires et            complémentarité, un levier            pour l'export en Grand Est !</b> (Isabelle Heumann, société Heumann)
<b>Les conférences            enseignes de la            FEEF</b> Espace Conférence		<b>Emballage et info produits :            nouveau dialogue entre les            PME et les enseignes</b> (Angel Rodriguez, Bioplants, Stéphane Debeunne, France Cake Tradition, Sophie Bonnet, Intermarché et Isabelle Frappat, FEEF)	
<b>Les pitches du Lab</b> Stand J61	<b>10h30</b> <b>Eco-produits du quotidien :            hygiène et soin</b> (Last Object, Ears 360, Pimpant, Paos, Merlin prêt à frotter, Popee, Danika, Clever beauty, Beauty Mix)		



13 h	14 h	15 h	16 h	17 h
<p><b>Fondations actionnaires : un nouveau modèle de gouvernance pour le bien commun en entreprise</b> (Alexis Nollet, Uteria)</p>	<p><b>L'intelligence artificielle au service de l'industrie agroalimentaire bio performante et résiliente aux changements climatiques</b> (Aurélien Verleyen, Dataswati)</p>	<p><b>Table ronde - De la création produit à sa distribution : mettre l'économie circulaire au cœur de nouveaux process</b> (KissKissBankBank)</p>		
<p><b>L'Autriche, championne de la bio</b> (Sabine Douchaina, Advantage Austria Paris et Barbara Köcher Schulz, Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH)</p>				
<p><b>Table ronde - Restauration bio et responsable comment impliquer et mobiliser ses acteurs ?</b> (Lionel Goumy, Biocoop)</p>		<p><b>Table ronde - Pêche responsable : Quels critères ? Quelles garanties ?</b> (Jean-François Feillet, Phare d'Eckmühl, Elizabeth Vallet, Ethic Ocean, François Chartier, Greenpeace et Béatrice Feutré, Maison Chancerelle)</p>		
		<p><b>15h30</b> Présentation des finalistes du Lab par catégorie</p>	<p><b>Remise du prix au lauréat 2021</b></p>	

# LES PÉPITES DE NATEXPO

DES ESPACES DÉDIÉS  
AUX ENTREPRISES INNOVANTES



© Sébastien Carayon



© Sébastien Carayon



## 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.

Elle donne la possibilité aux entreprises, encore jeunes mais en forte croissance, de bénéficier d'espaces à leur mesure. En effet, en complément des espaces dédiés aux petites entreprises prometteuses tels que la Pépinière, le Village Cosmétiques ou le Lab, cette nouvelle initiative propre au salon accompagnera les entreprises ayant encore besoin de soutien pour prendre leur envol. 60 entreprises en bénéficient cette année.

## 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 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 50 sociétés sont présentes. Elles participent 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 s'est rassemblé en amont pour désigner un gagnant qui remportera sa participation à NATEXPO 2022.

## LE PAVILLON FOODTECH Nouveau

Cette année, NATEXPO accueille la FoodTech sur un espace inédit dédié aux jeunes entreprises de son réseau. Sa mission est de valoriser et d'accompagner l'émergence et le développement de solutions innovantes, de la fourche à la fourchette. Elle met notamment en relation les startups et les autres acteurs de la filière. Le village FoodTech rassemble 12 sociétés portant des initiatives numériques, technologiques et entrepreneuriales innovantes en lien avec l'alimentation bio.



# DÉCRYPTAGE

## CAHIER DE TENDANCES NATEXPO 2021



© Sébastien Carayon



# LES NOUVELLES TENDANCES DE LA BIO

## PASCALE BROUSSE, TREND SOURCING, DÉCODE POUR NATEXPO LES TENDANCES CLÉS DE L'ANNÉES

### 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>2</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>3</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.

<sup>2</sup> Etude Les Français et l'épidémie de Covid-19, Vague 39, Elabe BFM Direct, 2021

<sup>3</sup> Baromètre par l'association Datacovid et l'institut Ipsos, Avril 2020



# 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 vaccinée<sup>4</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 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**

<sup>4</sup>Étude 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**
- 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**
- Bouillon Tomate Céleri, boisson santé (réduit en sel, nettoyante, 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**



## 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 2019<sup>5</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**



<sup>5</sup>Iri, 2020, tous circuits



## 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>6</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 **Käserebellen Gmbh**
- Emietté fruit du jacquier pois chiches et paprika, par **Bonneterre**
- Granola à tartiner, sans fruits à coque et réalisé à partir d'avoine et de graines de lin et de tournesol, par **Nü Morning**
- Houmous et cacao, pâte à tartiner protéinée, sans huiles ni épaississants, par **Delikatess**
- 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 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**



<sup>6</sup> Etude shopmium 2020-2021

## TENDANCE N°6 : VERY VEGAN

En 2040, 60 % de la viande consommée sera artificielle ou végétale<sup>7</sup>. Par ailleurs, la hausse du marché du végétal a été de 10% en France en un an, à 497 M€<sup>8</sup>.

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 497 millions d'euros<sup>9</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>10</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**



<sup>7</sup> Source : Kearney - LSA 06.21

<sup>8</sup> Source : NielsenIQ, CAD à P4 2021, LSA 06.21

<sup>9</sup> NielsenIQ, CAD à P4 2021

<sup>10</sup> GEPU, Groupe d'Etude et de Promotion des Protéines Végétales

## 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>11</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 **Huilleries Cauvin**
- Huile de chia, par **Vit'all+**
- Huile Olyphénol, issue d'une récolte précoce d'olives vertes, par **Bio Planète**



<sup>11</sup> 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 8 000 hectares cultivés (essentiellement destinés à un usage industriel)<sup>12</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 protéïne, 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>12</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>13</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>14</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 1<sup>er</sup> 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**
- Offre Zéro : Programme objectif Upcycling Bag in Box, par **Jean Bouteille**.



<sup>13</sup> et <sup>14</sup> Etude Nielsen, 220, publiée par Réseau Vrac

## 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 valeur<sup>13</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**



<sup>13</sup><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>14</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>15</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**



<sup>14</sup> Étude OpinionWay-Smartway : Les Français et le gaspillage alimentaire, 2021

<sup>15</sup> 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



© Sébastien Carayon





# TROPHÉES NATEXPO 2021

## LES MEILLEURES INNOVATIONS BIO RÉCOMPENSÉES

Reflet 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 écoproduits, 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 – Nutriform'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).





## 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

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

**Zone de destination :** Europe, France

**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

**Marché :** Femmes et Hommes. Catégorie CSP +, adeptes de la bio

**Continents de destination :** Europe, France

**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. »





## 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

Marché : Tout public

Zone de destination : Europe, France

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

Marché : Tout public

Continents de destination : Europe, France

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). »





## 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

Marché : Tout le monde

Zone de destination : Europe, France

Prix : 2,75 € HT

### 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 peps 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

Marché : Sportifs, végétariens, vegans, pâtisseries

Prix : 6,60 € HT

### 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. »





## 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

**Marché :** Adultes de 30 à 65 ans

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

**Prix :** 2,00 € HT

### 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

**Marché :** Hommes/femmes

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

**Prix :** 28 € HT

### 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)

**Zone 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 VIVA

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. »





## 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

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

**Zone de destination :** Europe, France

**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

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

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

**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

Insérez 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

Zone 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 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

**Zone 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 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 automatisée, directement en boutique.

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

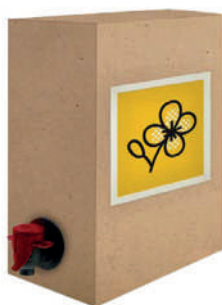
**Marché :** Professionnels du café et tous amateurs de café de qualité et responsable.

**Zone 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 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. »



# EN SAVOIR PLUS

**NATEX**<sup>BIO</sup>

Spas  
Organisation



## 5 000 ENTREPRISES MOTEURS DE LA CROISSANCE BIO

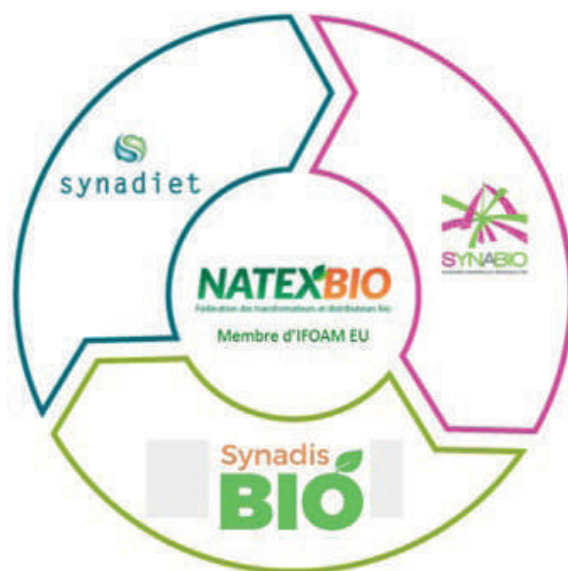
NATEXBIO représente à la fois des entreprises de production et de transformation de matières premières bio, les compléments alimentaires ainsi que des entreprises de distribution de produits bio.

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. 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*  
*Président de La Maison de la Bio*  
*Administrateur du SYNADIS BIO*

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

**Chargé de missions :** Francis V

### 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 Perreol**, *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 PROFESSIONNEL DÉDIÉS AU BIO, AU BIEN-ÊTRE, À L'ART DE VIVRE ET AU DÉVELOPPEMENT DURABLE

SPAS Organisation totalise 25 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](https://sevellia.com)**

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

### **L'équipe NATEXPO**

Patricia Berthomier-Massip

*Présidente*

Valérie Lemant

*DGA en charge des Opérations*

Eric Faure

*DGA en charge du Marketing et des Développements*

Florence Roublot

*Directrice du salon*

Carine Cantagrel

*Directrice Communication*

Loïc Le Men

*Directeur Technique*

Agnès Etame Yescot

*Chef de projet International*

Solène Bryon

*Chef de projet Développement*

Nadia Messaoudi

*Chef de projet*

Marion Elie

*Responsable Communication Pôle BtoB*

Mathilde Lapersonne

*Chargée de Communication*

## RESPECT DES MESURES SANITAIRES



Afin que NATEXPO 2021 se déroule dans les meilleures conditions, les mesures sanitaires en vigueur seront strictement respectées dans tous les espaces. Le pass sanitaire sera ainsi obligatoire pour visiter le salon et les directives des autorités sanitaires édictées au moment de l'ouverture du salon seront appliquées.

Un salon de  
**NATEXBIO**  
Fédération des transformateurs et distributeurs bio  
[www.natexbio.com](http://www.natexbio.com)

Organisé par  
**Spas**  
Organisation  
[www.spas-expo.com](http://www.spas-expo.com)

Toutes les infos de  
**NATEXPO**  
sur  
[www.natexpo.com](http://www.natexpo.com)



@Natexpo

#Natexpo2021

**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 25 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

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)

 **ADOCOM®-RP**

**AGENCE DOGNIN COMMUNICATION**

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

e-mail : [adocom@adocom.fr](mailto:adocom@adocom.fr) - site : [www.adocom.fr](http://www.adocom.fr)

Qualification : Agence Certifiée OPQCM