



Macro-tendance n° 1

L'extension de l'engagement de la bio



Tendance n°1

Plus que bio, durable

À l'heure où raison d'être et engagements deviennent des prérequis, la bio se repense 'augmentée' et pousse plus loin son territoire d'engagements : écologique, éthique et authentique.

On ne peut plus parler seulement de sans 'pesticides' ou de bio, quand 46 % des Français souhaitent connaître l'impact environnemental des produits qu'ils achètent¹.

La consommation est devenue une équation de réassurance. L'ingrédient n'est plus la seule star de l'équation bio-écolo, le pack prend désormais une place majeure. Non-plus seulement l'amont (culture, sourcing) mais aussi l'aval et surtout l'après, la circularité : toutes les étapes de la vie du produit sont intégrées.

Marques, distributeurs et labels abordent dès à présent les nouvelles ambitions de la bio. Par exemple, le leader de la distribution bio spécialisée, Biocoop, met l'accent sur ses valeurs structurantes, son militantisme et vise 30 % de chiffre d'affaires avec l'équitable à horizon 2025. Carrefour applique désormais la blockchain à ses produits bio de marque propre afin de garantir une traçabilité totale (un QR Code pour retracer le parcours de chaque lot).

Tandis qu'avec son manifeste, Cosmébio propose désormais une approche plus globale de la cosmétique, un engagement qui inclut le packaging, avec dans le futur l'adaptation du référentiel en RSE.



- 1 **Dentifrice fraîcheur**, fabrication à froid sans eau dans un atelier breton, formule minimaliste de 7 ingrédients 100% d'origine naturelle, pack en verre Duralex et bouchon en liège, par Ecodis, stand J08.
- 2 **Kignon Citron-Amande**, biscuits fabriqués et conditionnés par des personnes handicapées (30 travailleurs handicapés formés), élaborés à partir d'inendus de pain bio (4000 baguettes sauvées, soit l'équivalent de 600000L d'eau économisés), avec approvisionnement local et emballage écologique, par La Biscuiterie Handi-Gaspi, stand J152.
- 3 **Sequoia Circulaire**, un programme de rachat des présentoirs de sol en bois de la marque en fin d'utilisation, pour les remettre en état dans un ESAT et leur offrir une seconde vie, par Sequoia Factory, stand K89.
- 4 **Filet de thon blanc à l'huile d'olive bio**, 100 % local avec une traçabilité totale, par La Sablaise, stand H118.
- 5 **Sucre de fleur de Palmier IGP du Cambodge**, traçabilité garantie, un prix rémunérateur et stable pour les producteurs, un prix accessible pour les consommateurs, par Café Michel-Terra Etica, stand F111.

¹Sondage Appinio pour LSA, mars 2022



Tendance n°2

Au-delà du local, la souveraineté alimentaire

Dans ce contexte incertain, face à la guerre, les restrictions et les incertitudes climatiques, serions-nous en train de basculer d'une société d'abondance à un monde de sobriété forcée ?

La sécurisation alimentaire devient un essentiel, qui bouscule notre vision du monde et de la mondialisation, et insuffle un nouveau souffle au local, comme bouclier face aux hausses de coûts des matières premières et aux pénuries (cf. huile de tournesol). 77 % des consommateurs préfèrent désormais un produit local à un produit bio¹.

Alors que l'Union Européenne vient d'autoriser la mise en culture des jachères pour compenser la baisse à venir de la production mondiale de céréales, cette année marque cependant un franchissement historique pour la bio en France. Nous avons atteint pour la première fois l'autosuffisance alimentaire sur le blé : 100 % du blé bio que nous consommons est français. Tout comme le lait, les œufs et la viande. La bio, première en matière de souveraineté alimentaire².

Cultiver bio et fabriquer local apparaît alors non plus seulement comme un acte de résistance, mais comme une

promesse de résilience, à la fois écologique et économique. C'est, pour les marques, pouvoir communiquer qu'elles offrent plus qu'un produit à un certain prix, et sur de vraies valeurs : améliorer la qualité de l'eau, du sol, de l'air, mais aussi quant à la qualité de vie de l'agriculteur et du consommateur sur un territoire plus régional que national.



- 1 Mini cookies framboise, « fabrication artisanale lyonnaise » avec 97 % d'ingrédients d'origine France, par Comme des Grands, stand I154.
- 2 Ail noir biologique, « cultivé et transformé en Drôme », par Maison Boutarin, stand L152.
- 3 Skyr à la vanille, fabriqué en Vendée à partir de lait collecté dans les Pays de la Loire, par La Lemance, stand G101.

¹Iri 2021 | ²Loïc Guines président de l'Agence BIO, Sandrine Faucou de l'Assemblée Permanente des Chambres d'agriculture, Jean Verdier du Synabio, Bruno Martel de la Coopérative Agricole et Philippe Henry de la Fnab, dans une tribune pour LSA Green, Avril 2022

L'écologie avec pédagogie

Diffuser la bio au plus grand nombre pour en amplifier son impact et motiver chacun sur le parcours de la transition écologique se fait désormais avec pédagogie et un certain degré de facilité. L'avènement de la sobriété heureuse et d'une écologie 'happy'.

Les marques de la bio misent sur l'universalité des soins pour la famille entière, plutôt que sur l'hyper segmentation. Elles façonnent des offres ludiques, sobres et pratiques pour initier les plus petits au zéro plastique et à moins de déchets.

Les systèmes de vrac se généralisent tout en fluidifiant, pour les parents, toutes les étapes de ce nouveau mode d'approvisionnement. Enfin, les commerçants facilitent l'accès aux produits en toutes circonstances, en basculant dans l'ère du service 2.0.

À l'instar des Nouveaux Robinsons qui proposent désormais le 'Click & Collect' pour l'intégralité de leur catalogue, et cela dans 14 des 20 magasins du réseau. La Fourche intègre Aurore Market, et renforce ainsi ses positions sur le biologique en ligne. Les deux commerçants qui se basent sur un système d'adhésion, vont ainsi donner accès à un

catalogue de 4 100 produits (vs. 2 500 pour Aurore Market), une centaine de produits La Fourche co-crésés, 100 % de produits origine France, la livraison zéro-déchet dans les grandes villes et banlieues (40 % du territoire éligible en 2022 et 80 % en 2023), un rayon anti-gaspi, un système de consigne en verre en Ile-de-France...

La pédagogie au service de la bio et de l'écologie.



1 Denti'Freeze pour toute la famille, flacon grand format rechargeable avec pompe, par Coslys, stand I11.

2 Dentifrice à croquer à la fraise pour enfants, le zéro déchet facile et ludique pour les enfants, par Lamazuna, stand K11.

3 Vracomètre, un système automatisé avec balance et étiquetage intégré, par Smartvrac, stand J'78.

