

NATEXPO 2018

LE BIO FAIT SA RENTRÉE À LYON, LES 23 ET 24 SEPTEMBRE

DOSSIER DE PRESSE

Les 23 et 24 septembre 2018, NATEXPO fait sa première rentrée à Lyon. Le salon des professionnels français et internationaux du bio s'annualise et s'installe à Lyon cette année. Il s'agit de répondre au boom de la demande et d'accompagner les acteurs du marché dans le développement de leurs activités en leur présentant toutes les clés de la réussite en un seul et même lieu. En effet, tous les secteurs du bio sont à la hausse. L'alimentation connaît une croissance spectaculaire à deux chiffres : en 2017, les achats des consommateurs des produits alimentaires biologiques a atteint plus de 8,3 milliards d'euros, soit +17% en seulement un an. Dans cet univers foisonnant, NATEXPO est aujourd'hui devenu un événement de référence, véritable éclaireur des bio-tendances d'aujourd'hui et de demain. Le salon est un incontournable qui attire les plus grands noms historiques du bio au même titre que les start-up les plus récentes. Durant deux jours d'animations et de conférences, Lyon sera la capitale du bio. Rencontres et échanges seront au rendez-vous de cette édition, qui attend déjà 650 exposants, dont près de 200 nouveaux participants. Ils seront répartis en 6 secteurs :

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

LYON 2018
natexpo
SALON INTERNATIONAL DES PRODUITS BIOLOGIQUES



23/24 septembre 2018 - EUREXPO

L'ÉCLAIREUR DES BIO-TENDANCES

NATEXPO 2018 inaugure de nouveaux temps forts

NATEXPO est un salon animé par de nombreux temps forts permettant aux visiteurs de découvrir toute l'actualité du secteur bio grâce à l'expertise des meilleurs spécialistes du marché. Les visiteurs de NATEXPO 2018 auront ainsi l'opportunité de participer à de nombreuses animations et conférences, couvrant tous les secteurs bio et toute la filière, depuis les matières premières jusqu'à la vente des produits finis. Parmi elles, deux nouveautés seront inaugurées à Lyon : « Les régions ont la parole », permettant à des acteurs régionaux de présenter les projets bio de leurs territoires, et « Retail Expert », offrant aux futurs créateurs de magasins spécialisés la possibilité de bénéficier d'échanges privilégiés avec des experts en la matière. Véritable lieu de découvertes, réunissant toutes les nouvelles tendances du bio, NATEXPO inaugure également cette année un nouvel espace dédié aux start-up : le « Lab ». Une vingtaine d'entreprises est attendue pour présenter leurs initiatives innovantes en matière de zéro gâchis, d'économie circulaire et d'éco-innovations technologiques.

Des exposants français et internationaux

650 exposants seront présents à NATEXPO 2018. Centre, Bretagne, Occitanie, Auvergne-Rhône-Alpes, PACA, Nouvelle-Aquitaine, Pays de Loire et Bourgogne, font partie des territoires inscrits. De plus, de nombreux exposants passeront les frontières pour participer à cette édition lyonnaise du Salon ; parmi eux, on compte de nouveaux participants venus d'Allemagne, d'Espagne, des Pays-Bas, de Belgique ou encore d'Italie. Cette édition voit également la première participation d'exposants du Ghana et du Burkina Faso. Ces entreprises primo-participantes présenteront du poisson, des crèmes à l'aloë vera, du beurre de Karité, des produits crus sans gluten, des fruits à coque ou encore des alternatives au fromage à base de riz complet germé, etc. Beaucoup d'autres pays seront également représentés, comme la Lituanie, la Corée du Sud, la Grande-Bretagne, la Suisse, l'Autriche, le Pérou, etc.

Trophées NATEXPO 2018 : les meilleures innovations

Créés pour récompenser les meilleures innovations bio, les Trophées NATEXPO récompensent cette année des produits lancés entre le 1^{er} mai 2017 et le 1^{er} mai 2018. Preuve de la vitalité du secteur : le jury a examiné près de 150 produits participants. Il en a récompensé 14 dans 7 catégories : Boissons, Compléments alimentaires, Diététique, Épicerie, Produits frais, Cosmétiques & Hygiène de la personne, Produits & Services pour la maison et la personne.

NATEXPO : incontournable pour 9 visiteurs sur 10

9 visiteurs sur 10 estiment que NATEXPO est le salon incontournable en France pour le secteur du Bio et 91% pensent que le salon est un bon moyen de s'informer et de voir les tendances du marché*. En effet, rythmé par de nombreuses animations et des conférences, NATEXPO a la particularité de regrouper tous les secteurs concernés par les produits bio, de l'alimentation aux produits d'hygiène en passant par les ingrédients. Il réunit tous les grands noms du bio français et internationaux, au même titre que de nouveaux intervenants. En 2017, 89% des visiteurs y ont trouvé de nouveaux fournisseurs et 89% y ont découvert de nouveaux produits*. Cet événement représente pour eux l'occasion exceptionnelle de découvrir toutes les nouvelles tendances bio d'aujourd'hui et de demain. Pour les exposants, il s'agit d'un événement majeur pour faire connaître leurs activités et nouer de nouvelles relations commerciales : 8 visiteurs sur 10 estiment qu'il s'agit du lieu idéal pour lancer de nouveaux produits*. (*Source : Enquête visiteurs NATEXPO 2017)

NATEXPO 2018 : CARTE D'IDENTITÉ

Dates : 23 et 24 septembre 2018

Lieu : Lyon – Eurexpo

Nombre d'**exposants** : **650**

Nombre de **régions** présentes : **8**

Nombre de **pays** représentés : **16**

Nombre de **nouveaux exposants** : **200**

Nombre de **secteurs représentés** : **6**

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

Surface du salon : 15 000 m²

Organisateurs : Un salon de Natexbio organisé par SPAS Organisation

Informations pratiques : www.natexpo.com

Facebook Natexpo

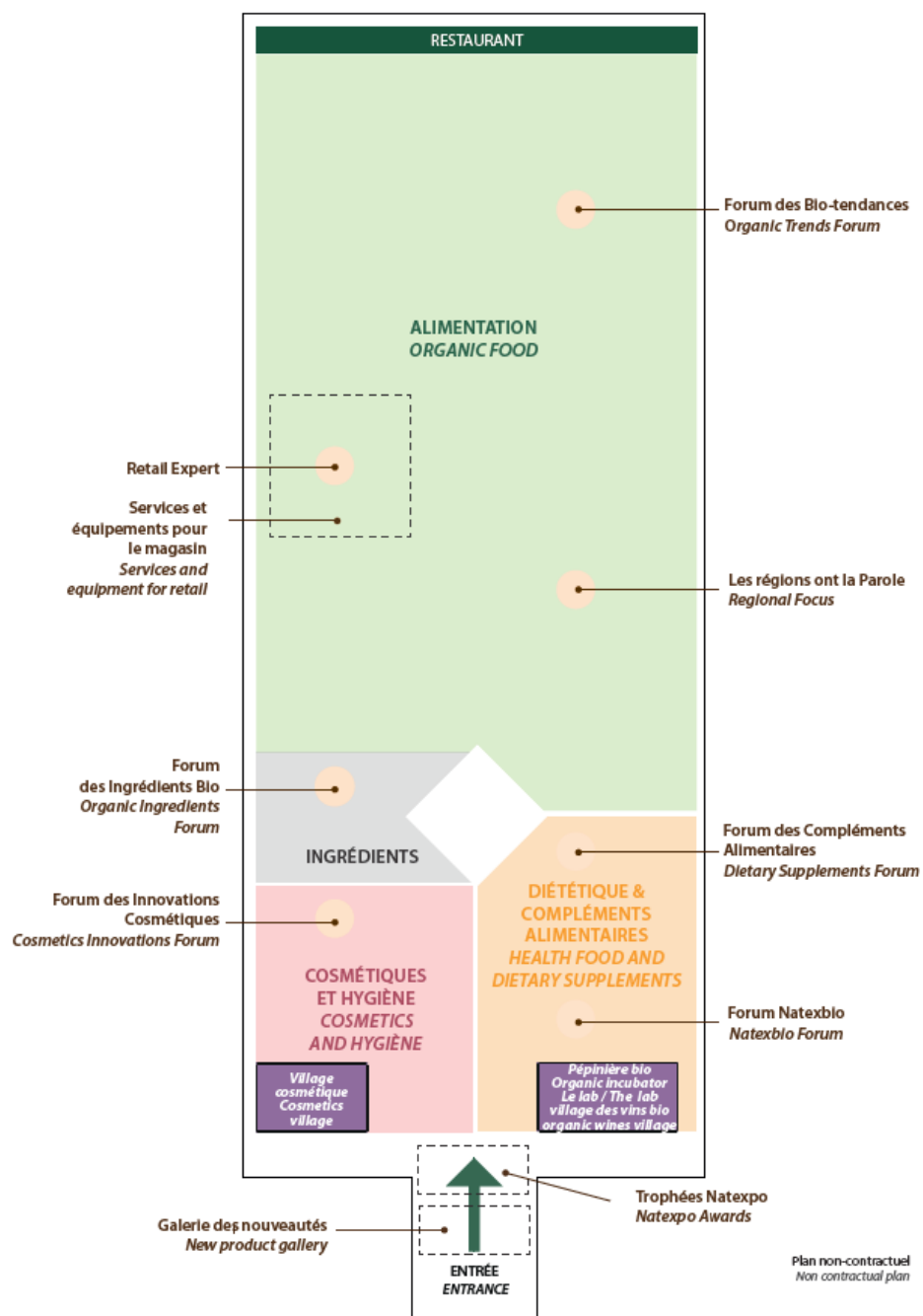
Twitter @Natexpo

SOMMAIRE

A - NATEXPO 2018 : LE TOUR DU BIO EN 4 POLES	p.6
1 ALIMENTATION BIO : UN PÔLE D'ABONDANCE !	p.7
2 COSMÉTIQUES ET HYGIÈNE BIO : UN SECTEUR EN FORME	p.8
3 DIÉTÉTIQUE ET COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES : UN PÔLE PLEIN DE VITALITÉ	p.9
4 INGRÉDIENTS ET MATIÈRES PREMIÈRES : AUX SOURCES DU BIO	p.10
 B - UN PROGRAMME D'ANIMATIONS COMPLET : LES MEILLEURS EXPERTS DU BIO MOBILISÉS	 p.15
1 LE FORUM NATEXBIO	p.16
2 LE FORUM INNOVATIONS COSMÉTIQUES	p.17
3 LE FORUM DES COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES	p.18
4 RETAIL EXPERT	p.19
5 LES RÉGIONS ONT LA PAROLE	p.19
6 LE FORUM DES ENSEIGNES BIO	p.20
7 LE FORUM DES INGRÉDIENTS BIOLOGIQUES	p.20
8 LE FORUM DES BIO-TENDANCES	p.22
 C - AU CŒUR DE L'INNOVATION BIO : LES DERNIÈRES TENDANCES PASSÉES EN REVUE	 p.24
Les méga-tendances	
1 LA RÉVOLUTION DU SAIN	p.25
2 LA MONTÉE EN CONSCIENCE DES CONSOMMATEURS	p.27
3 LA NOUVELLE GASTRONOMIE VÉGAN	p.28
4 LA SOIF DE SENSATIONS	p.29
 Les micro-tendances : les buzz santé	 p.30
1 LE NOUVEAU CURCUMA	p.30
2 LES NOIX EXOTIQUES	p.31
3 BIY : BEND IT YOURSELF	p.31
4 CRU ET FERMENTÉ	p.32
 D - TROPHÉES NATEXPO 2018 : LES MEILLEURES INNOVATIONS BIO RÉCOMPENSÉES	 p.34
1 PRODUITS FRAIS	p.36
2 PRODUITS ET SERVICES POUR LA MAISON ET LA PERSONNE	p.37
3 PRODUITS DIÉTÉTIQUES	p.38
4 PRODUITS D'ÉPICERIE	p.39
5 COSMÉTIQUES ET HYGIÈNE	p.40
6 COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES	p.41
7 BOISSONS	p.42
 E - NATEXBIO : 3 000 ENTREPRISES MOTEURS DE LA CROISSANCE BIO	 p.43
 F - SPAS ORGANISATION	 p.45

NATEXPO 2018 : LE TOUR DU BIO EN 4 PÔLES

Les 650 exposants attendus à NATEXPO Lyon couvrent 6 secteurs : Alimentation bio, Ingrédients et Matières premières, Cosmétiques et Hygiène, Diététique et Compléments alimentaires, Produits et Services pour la maison et la personne, Services et Équipements pour le magasin.





LE TOUR DU BIO EN 4 POLES

1 - ALIMENTATION BIO : UN PÔLE D'ABONDANCE !



Le pôle Alimentation bio est le plus important de NATEXPO. L'édition 2018 du salon attend 650 exposants français et internationaux, parfait reflet du dynamisme du marché.

Le marché alimentaire bio connaît en effet un succès spectaculaire. En France, en 2017, les achats consommateurs en produits alimentaires biologiques a atteint plus de 8,3 milliards d'euros, soit une augmentation de 17% en un an. Le bio demeure le facteur de croissance majeur du secteur agroalimentaire. Désormais, l'alimentation biologique est reconnue comme un segment porteur par tous les acteurs des secteurs de la transformation et de la distribution.

En effet, 85 % des Français estiment important de développer l'agriculture biologique : d'abord parce qu'elle contribue à préserver l'environnement (91%), ensuite parce que les produits qui en sont issus sont plus naturels, sans produits chimiques de synthèse (88%), et que leurs qualités nutritionnelles sont mieux préservées (81%).

Source : Agence Bio

Tous les secteurs de l'alimentation bio représentés

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

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

2 - COSMÉTIQUES ET HYGIÈNE BIO, UN SECTEUR EN FORME



En phase avec les envies de beauté au naturel et de bien-être des consommateurs, la cosmétique bio remporte un franc succès. Les gammes se sont étoffées, la distribution s'est élargie et les consommateurs ont confirmé leur envie de produits plus responsables. Un dynamisme qui se concrétise à NATEXPO avec une large participation des exposants.

En 2017, le chiffre d'affaires généré par la cosmétique bio devrait atteindre 480 millions d'euros, ce qui représente une croissance autour de 10% par rapport à l'année précédente. Selon le dernier baromètre de l'Agence Bio / CSA (février 2018), 45% des Français ont acheté au moins un cosmétique bio en 2017.

Source : Cosmebio

Toutes les catégories de produits d'hygiène et cosmétique représentées

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

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

Forum Innovations Cosmétiques : deux jours d'animations

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



Association Professionnelle
de Cosmétique Ecologique et Biologique

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

3 - DIÉTÉTIQUE ET COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES, UN PÔLE PLEIN DE VITALITÉ



En 2017, les achats consommateurs des compléments alimentaires confirme son dynamisme.

Il enregistre un chiffre d'affaires d'1,8 milliard d'euros, en croissance de +5,8% par rapport à 2016. À partir de l'Hexagone, ce sont plus de 43 pays hors Union européenne vers lesquels sont exportés les produits de nos entreprises françaises.

Ceci correspond à environ 10 % du marché national (près de 100 millions d'euros). Et cette demande est en hausse partout dans le monde.

Le salon NATEXPO reflète ce dynamisme. En 2018, il accueille près de 100 exposants du secteur diététique et compléments alimentaires.

Pour les compléments alimentaires, les professionnels présents sur le salon proposeront en particulier leurs nouveautés sur les segments actuellement en plein essor comme ceux du stress et du sommeil avec les produits à base de magnésium, de la minceur ou encore de la digestion et des articulations.

Source : Synadiet.

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

Le syndicat national des compléments alimentaires, **Synadiet**, est également présent à NATEXPO 2018 et animera le Forum des Compléments alimentaires (*voir programme des animations en début de dossier*). 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.



Syndicat National des Compléments Alimentaires

4 - INGRÉDIENTS ET MATIÈRES PREMIÈRES, AUX SOURCES DU BIO



Face au succès rencontré l'an passé à Paris, NATEXPO a décidé de reconduire à Lyon son pôle dédié aux ingrédients et matières premières entrant dans la fabrication des produits bio alimentaires, cosmétiques et complémentaires alimentaires. Cette année, le surface d'exposition est en croissance de +20% vs. 2017.

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

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

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

L'innovation : au cœur du développement bio

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

Une large diversité de produits présentés sur le pôle

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

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.



Le Village des Vins Bio

Le Village des Vins bio est entièrement dédié à la découverte de la grande diversité des vins et spiritueux issus de l'agriculture biologique et de la biodynamie. De plus en plus de vins existent en bio. En 10 ans (soit de 2007 à 2017) la surface des vignobles bio a été multipliée par 3,5 en France, pays viticole à la renommée internationale. La moitié des vins bio produits sur le territoire français est ainsi vendue à l'étranger. Les vins bio représentent, en 2017, les 2/3 des exportations françaises de produits bio en valeur (435 millions d'euros de produits bio à l'exportation).

Source : Agence BIO

Services et produits dédiés à la maison et à la personne : pour un univers encore plus bio

Il propose une grande diversité de produits écologiques pour la maison et la personne : éclairage, petit mobilier, literie, linge de maison, papeterie, jeux, jouets, produits d'entretien, produits et accessoires pour le bricolage ou le jardinage, vêtements, accessoires, maroquinerie, ...

Services et équipements pour le magasin : tout pour développer les ventes bio

Toute l'offre liée aux points de vente : équipement, services, e-commerce, logistique et formation. Il s'agit en effet de s'adapter à la hausse de la demande en produits bio. En 2017, si les GMS ont gagné des parts de marché (+1,2 pts vs 2016), pour atteindre 46% de parts de marché valeur sur le marché bio, les magasins spécialisés restent les deuxièmes plus importants vendeurs de produits bio avec 36% de parts de marché. Leurs ventes ont continué de croître, à +15% en valeur vs 2016.

Source : Agence Bio

L'émergence de nouveaux modèles de vente des initiatives émergent dans la distribution de produits biologiques en Europe : vente en ligne, m-commerce, distribution automatique, magasins de producteurs, magasins sans emballage, snacking, vrac, ... L'intérieur du magasin, lui aussi, s'adapte à ces évolutions de consommation tout en conservant un ADN propre, développant ainsi un modèle atypique mêlant lieu de vie, espace de conseil et plate-forme connectée. La concurrence semble également se préciser avec le déploiement 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 ».

Le « Lab » : nouvel espace d'exposition et de pitches dédié aux start-up de l'économie circulaire et des éco-innovations technologiques

Au-delà du produit, les consommateurs sont également de plus en plus sensibles à l'éthique des entreprises qui les fabriquent et les distribuent. Le zéro gâchis, l'économie circulaire, les éco-innovations technologiques sont ainsi des sujets majeurs pour le circuit B2B2C – à fortiori pour tous les acteurs de la chaîne de valeur du bio.

C'est pourquoi NATEXPO a décidé d'offrir l'opportunité à des start-up de mettre en lumière leurs démarches et produits innovants, pouvant apporter cette valeur ajoutée à la filière bio et à ses consommateurs. 20 start-up sont attendues pour présenter leurs produits et/ou services innovants pour le circuit B2B et/ou B2B2C. 10 secteurs sont concernés : économie circulaire, gaspillage alimentaire, gaspillage d'eau, qualité de l'air, produits et matériaux éco-conçus, produits autonomes en énergie, éclairage sobre, green IT, mobilité et logistique douces.



La Pépinière Bio : petites entreprises et grandes idées

La Pépinière Bio est un espace dédié aux TPE/PME du bio. Tel un tremplin, ce village sélectif permet aux start-up et aux entreprises de petite taille, fournisseurs de produits alimentaires et d'écoproduits, d'être présents à NATEXPO. Cette pépinière est un accompagnement au développement de ces TPE/PME qui sont l'essence même de la filière biologique.

Une trentaine de sociétés est déjà inscrite, parmi elles, on retrouve des sociétés déjà présentes à Paris en 2017 et qui renouvellent leur confiance dans le salon pour continuer à développer leur business.

La Galerie des Nouveautés, reflet de l'innovation !

La Galerie des Nouveautés est un espace stratégique, situé dès l'entrée du salon. Les visiteurs y découvrent en exclusivité les innovations des exposants : une centaine de produits y est présentée.





PROGRAMME DES ANIMATIONS

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

Durant les deux jours du Salon à Lyon, des dizaines d'experts des différents secteurs bio se relaieront pour faire partager leur expérience et leur analyse des marchés aux visiteurs et exposants. Du choix des ingrédients bio pour créer les produits, jusqu'à leur distribution sur les lieux de vente, les animations proposées par NATEXPO 2018 couvrent l'intégralité de la filière bio. Réglementation, nouvelles tendances, attentes des consommateurs : les experts sont à la disposition des participants pour répondre à toutes leurs questions.

1 - Le Forum Natexbio

À travers **8 mini-conférences** organisées par NATEXBIO, la fédération des transformateurs et distributeurs bio, ce forum permet de faire un point économique et statistique sur le marché du bio et ses potentiels. De nombreux thèmes seront abordés sur les deux jours de salon : réglementation, nutrition, réseaux sociaux, RGPD (Règlement général sur la protection des données), vins bio, etc.



Le Programme des mini-conférences du Forum Natexbio :

Dimanche 23 septembre 2018 :

11h – 12h (**Patrick SIVARDIERE**) : nouvelle réglementation européenne, rappel processus d'élaboration, les demandes françaises, principales modifications vs la réglementation actuelle, planning de son application.

12h – 13h (**Krotoum KONATE de l'Institut de l'Alimentation Bio**) : produits alimentaires bio et nutrition.

14h – 15h (**Alice ROZNOWIEZ, Consultante en communication**)
 De l'utilisation des réseaux sociaux dans la stratégie de communication d'un distributeur bio.

15h -16h (**Delphine MERON, Responsable du Développement du syndicat SYNADISBIO et Mihaela STREANGA, Juriste de la FÉDÉRATION SAVEURS COMMERCE**) : la RGPD, comprendre cette nouvelle réglementation et ses incidences pour les magasins.

16h- 17h (**Franck CHICHERI, consultant expert en vin bio**) : le vin bio, sa place en magasins spécialisés.



Lundi 24 septembre 2018 :

11h – 12h (**Patrick SIVARDIERE**) : nouvelle réglementation européenne, rappel du processus d'élaboration, les demandes françaises, principales modifications vs la réglementation actuelle, planning de son application.

12h – 13h (**Krotoum KONATE de l'Institut de l'Alimentation Bio**) : produits alimentaires bio et nutrition.

14h – 15h (**Franck CHICHERI, consultant expert en vin bio**) : le vin bio, sa place en magasins spécialisés.

2 - Forum Innovations Cosmétiques **Bien-être et beauté à l'honneur !**

Conçu en partenariat avec Cosmébio^{®2}, association professionnelle de cosmétique écologique et biologique, le Forum Innovations Cosmétiques est entièrement dédié à la beauté et au bien-être.



Association Professionnelle
de Cosmétique Ecologique et Biologique

Il regroupe toutes les animations réalisées autour des innovations cosmétiques des exposants. Les professionnels du secteur seront ainsi invités à assister à des **conférences** animées par Cosmébio[®] et sa filiale de certification COSMECERT et pourront également participer à des **ateliers**, tester les produits, se faire chouchouter, etc.

Le Programme des conférences **et ateliers du Forum Innovations Cosmétiques :**

Les Conférences :

- Le comportement d'achat des consommateurs de cosmétiques naturels et bio en magasins spécialisés par COSMEBIO.
- COSMECERT, nouvel organisme certificateur pour vos cosmétiques naturels et bio
- Les marques adhérentes de COSMEBIO présenteront leurs innovations :
- Le Chêne et Le Roseau : toutes les forces d'une PME au service d'une nouvelle gamme par COMPAGNIE DU MIDI
- Le Marché des Peaux sensibles par FLORAME
- Shampoing en poudre et poudre de douche : 2 innovations Cosm'Ethic par GUAYAPI
- Cosmétique naturelle des Marais salants par GUERANDE COSMETICS
- NORME ISO 16128 par les LABORATOIRES NATESCIENCE
- Achetez BIO n'a jamais été aussi simple par PHARMEDISTORE
- La bave d'escargot bio, une nouvelle façon de se soigner par ROYER COSMETIQUE

² 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

Des **Ateliers Maquillage** seront proposés par les marques BO.HO GREEN et COULEUR CAMEL, ainsi que des **Ateliers Découvertes** pour découvrir et tester les produits de marques innovantes : Ayda, Cosmoz, Anne Felker, Phytéma, les Happycuriennes, NoireÔNaturel, Onlyess, Luness, Marlay, Omum, Samélie Plantes, Sarmance, Secret des Fées, Toofruit...

Programme arrêté au 15 mai 2018 pouvant être soumis à modifications.

3 - Le Forum des Compléments Alimentaires

En partenariat avec SYNADIET, cet espace permet aux acheteurs et vendeurs du secteur de se mettre à jour des dernières actualités du secteur.



Le Programme des conférences du Forum des Compléments Alimentaires :

- Les compléments alimentaires Bio : à la croisée de deux réglementations
- Le marché des compléments alimentaires
- Réglementation des allégations : sur un pack, une pub, en magasin, que peut-on dire sur les produits ?
- Végétariens, végétaliens, sans gluten : quels compléments alimentaires pour quels besoins ?
- Décryptage de l'étiquetage d'un complément alimentaire
- Stress, digestion, vitalité, articulation : quels compléments alimentaires pour quel axe ?
- Les huiles essentielles : de bonnes précautions d'emploi pour un usage en toute sécurité
- Quelle place pour les compléments alimentaires dans la prévention et le maintien en bonne santé ?
- Spiruline, harpagophytum, Curcuma, ... : les ingrédients à la mode

Programme arrêté au 15 mai 2018, pouvant être soumis à modifications

4 - « Retail Expert »

Un espace dédié aux créateurs de magasins bio

En collaboration avec Synadis Bio, NATEXPO propose à ses visiteurs désireux d'ouvrir un point de vente bio de bénéficier d'informations et de conseils sur la distribution pour accompagner leur démarche. Il faut en effet savoir qu'en France, plus 5 nouveaux magasins bio en moyenne ont ouvert chaque semaine de l'année 2017. Le nombre de magasins spécialisés bio est de l'ordre de 2 700. Avec cet espace de speed-dating, les futurs créateurs de magasins bio pourront récolter de précieux conseils d'experts de la distribution pour lancer leur activité : certification, financement, merchandising...



5 - « Les régions ont la parole », la vitalité bio des territoires à l'honneur

À Lyon, NATEXPO ouvre un espace dédié aux acteurs des différentes régions de France qui font le bio au quotidien. Les clusters régionaux présenteront leurs projets et savoir-faire aux visiteurs lors d'échanges privilégiés et de conférences.

Thématiques abordées par CLUSTER BIO (Auvergne-Rhône-Alpes) :

- Le Bio chez les jeunes
- Le Bio en restauration commerciale en partenariat avec Le Grand Lyon
- Les filières : présentation du plan Bio avec Coop de France

Thématiques abordées par FRIAA PACA :

Calculer l'empreinte environnementale des produits, zoom sur le projet européen PEFMED.

Suite à l'expérimentation sur l'affichage environnemental de 2011, la Commission européenne travaille sur le développement et le déploiement d'une méthodologie européenne harmonisée multicritères pour le calcul de l'empreinte environnementale des produits (product environmental footprint ou PEF) et des organisations. Le CRITT, membre du réseau Food In Provence Alpes-Côte-d'Azur, est partenaire du projet européen PEFMED et se tient à la disposition des entreprises pour répondre à leurs questions sur le sujet. *Estelle Marin du Critt Agroalimentaire de Provence-Alpes-Côte d'Azur.*

La typologie des consommateurs de Bio dans la Cohorte NutriNet Santé

Il s'agira d'apporter des informations sur les caractéristiques des consommateurs bio (motivations, et attitudes à l'égard du Bio), sur ce qu'ils consomment et sur les bénéfices potentiels en termes nutritionnels, toxicologiques et de santé. *Bruno Taupier-Letage de l'Itab ; membre du RMT Actia TransfoBio*

Thématiques abordées par INTERBIO NOUVELLE AQUITAINE

- Val Bio Ouest, un pôle territorial 100% bio pour faciliter votre implantation
- La marque Bio Sud-Ouest France, des produits bio locaux et équitables, c'est possible !
- Vin Bio Équitable : 1^{ère} charte garantissant des vins de qualité et équitables

Programme arrêté au 15 mai 2018 pouvant être soumis à modifications.

6 - Le Forum des Enseignes bio

Une table ronde ouverte aux distributeurs spécialisés et grossistes pour évoquer les enjeux de la distribution.

7 – Le Forum des ingrédients biologiques



Après le succès de la première édition rencontré sur le Salon NATEXPO 2017 à Paris, le Forum des ingrédients biologiques est de retour en 2018 ! Il se tiendra au cœur du nouveau pôle « Ingrédients et Matières premières » du salon.

Un panel d'experts et d'acteurs du bio échangera tout au long des deux jours de salon autour des tendances et des enjeux de la filière bio : *approvisionnement, qualité, innovation, réglementation et valorisation des ressources*. La sécurisation des approvisionnements en qualité et quantité est en effet un enjeu clé pour de nombreuses entreprises du secteur biologique.

Le Programme des animations du Forum des Bio Tendances :

Dimanche 23 Septembre

Ingrédients biologiques pour innover : la fermentation revient en force

(Gaëlle Frémont, INGREBIO et témoignages fournisseurs).

Le succès de « nouveaux » aliments fermentés fait revivre des traditions ancestrales et répond à la demande pour une alimentation plus vivante. Des opportunités à explorer pour les ingrédients de demain.

Importations bio : comment l'acheteur peut impulser les bonnes pratiques

(Avec Jean-Christophe Briet, Consultant Achats Bio et RSE, SWOTT)

L'origine française pour le sourcing des matières premières biologiques est souvent le premier choix des acheteurs. Pourtant avec la croissance des besoins des entreprises, l'innovation, le nombre limité des producteurs français, l'importation est souvent un passage obligé. L'importation des matières premières biologiques est un exercice délicat qui nécessite beaucoup de professionnalisme. L'acheteur, par ses bonnes pratiques et sa méthode, peut influencer favorablement la filière.

Produits sans gluten : une tendance d'innovation durable ?

Le point de vue d'un scientifique

(Avec Emilie Chanséaume, Chef de projet nutrition, NUTRIFIZZ)

Le marché du sans gluten répond principalement à 3 types de consommateurs. En fonction du profil, le niveau de tolérance au gluten est différent, d'où la nécessité d'adapter la formulation des produits à la cible. Certaines variétés de blés pourraient par exemple contenir du gluten plus digestible pour les personnes sensibles. D'autres pistes d'innovation avec des ingrédients alternatifs seront abordées.

Financement des projets de structuration de filières biologiques internationales

(Avec Ben Hoppenstedt, Économiste pour le développement, ECOPRODEV et 2 témoignages d'entreprises).

Les démarches pour structurer les filières sont coûteuses en moyens humains et financiers et pas toujours faciles à assumer pour les PME. Ben Hoppenstedt présentera une des possibilités pour co-financer les projets des entreprises pour structurer les filières dans les pays en développement et ainsi sécuriser leurs approvisionnements.

Ingrédients et nouveau règlement : les évolutions des annexes 8 et 9

(Avec Claire Dimier-Vallet, Chargée de projet, SYNABIO)

Le changement de règlement en 2021 impacte également les annexes et leur fonctionnement. Qu'en savons-nous aujourd'hui, quelles sont les perspectives et les impacts pour les entreprises bio ?

Lundi 24 Septembre

Ingrédients biologiques : à la recherche de solutions de plus en plus élaborées pour innover en bio ?

(Avec Gaëlle Frémont, INGREBIO et le témoignage d'un fournisseur)

Des superfoods aux protéines végétales, la croissance du marché bio ne requiert plus seulement de la diversité de matières premières. Pour se différencier, l'offre en ingrédients biologiques se doit aussi d'être de plus en plus pratique, fonctionnelle et élaborée.

Une nouvelle certification pour les cosmétiques bio

(Avec Nicolas Bertrand, Directeur, COSMEBIO)

Importations bio : comment l'acheteur peut impulser les bonnes pratiques

(Avec Jean-Christophe Briet, Consultant Achats Bio et RSE, SWOTT)

L'origine française pour le sourcing des matières premières biologiques est souvent le premier choix des acheteurs. Pourtant avec la croissance des besoins des entreprises, l'innovation, le nombre limité des producteurs français, l'importation est souvent un passage obligé. L'importation des matières premières biologiques est un exercice délicat qui nécessite beaucoup de professionnalisme. L'acheteur, par ses bonnes pratiques et sa méthode peut influencer favorablement la filière.

Qualité nutritionnelle des protéines végétales – Que connaît-on vraiment de ces ingrédients ?

(Avec Emilie Chanséaume, Chef de projet nutrition, NUTRIFIZZ)

La diversité des protéines végétales promet de belles années de recherche à venir pour caractériser leurs structures, définir leurs applications et optimiser leur valeur nutritionnelle. Au-delà de leur teneur, il en effet nécessaire de se pencher sur leur profil en acides aminés, la présence de facteurs anti-nutritionnels ou l'impact des procédés (effet matrice).

Financement des projets de structuration de filières biologiques internationales

(Avec Ben Hoppenstedt, Économiste pour le développement, ECOPRODEV et 2 témoignages d'entreprises).

Les démarches pour structurer les filières sont coûteuses en moyens humains et financiers et pas toujours faciles à assumer pour les PME. Ben Hoppenstedt présentera une des possibilités pour co-financer les projets des entreprises pour structurer les filières dans les pays en développement et ainsi sécuriser leurs approvisionnements.

Des outils pour le développement de produits Bio transformés

(Avec Audrey Lesturgeon, Conseillère Technique Nutrition et produits Bio, CRITT PACA)

Le RMT Actia TransfoBio présentera les nouveaux outils d'aide à l'élaboration de produits Bio (notamment pour la formulation et la formation).

Les arômes dans le nouveau règlement bio (2021)

(Avec Claire Dimier-Vallet, Chargée de projet, SYNABIO et un témoignage d'alternatives aux arômes)

Le nouveau règlement bio entrera en application en 2021, et impose de grands changements en matière d'arômes : quels arômes seront autorisés ? Que deviennent les arômes biologiques ? Quels sont les impacts pour la transformation bio et l'offre aux consommateurs ?

Programme arrêté au 11 juin pouvant être soumis à modifications.

8 - Le Forum des Bio-Tendances

Les visiteurs pourront échanger sur cet espace avec des experts.
 Organisés en partenariat avec BIOLINÉAIRES, de nombreux sujets abordés, autour de conférences thématiques.



Le Programme des animations du Forum des Bio-Tendances :

Tendances consommation (Bio Panel)

Les consommations alternatives : éthique, bio, vegan, ...
Qu'est-ce que cherchent les consommateurs, comment fonctionnent-elles et comment les anticiper et en saisir l'opportunité ?



Tendances distribution

- Le marché bio de demain : quelle place pour la Grande Distribution et pour les magasins bio ? (*Ecozept*)
- Le vrac, un marché dynamique en pleine structuration (*Célia Rennesson – Réseau Vrac*)
 - Le vrac : une réponse aux besoins actuels des consommateurs
 - Le vrac : quels défis pour les magasins et les fabricants ?
- Les supermarchés coopératifs et participatifs (*sous réserve*)

Tendances produits (*Sauveur Fernandez*)

Les produits bio nouvelles générations des années 2020 : plus fun, plus engagés, plus proches de nous.

Tendances sociétales (*Sauveur Fernandez*)

Bio « Made in quelque part » : la nouvelle proximité, pour une bio localisée avec des racines : la tendance locale décryptée en détail et ses conséquences sur l'offre produit, la fabrication, la chaîne de valeur agroalimentaire, etc.

Tendances cosmétique (*sous réserve*)

Programme arrêté au 11 avril 2018 pouvant être soumis à modifications.



LES TENDANCES

C - AU CŒUR DE L'INNOVATION BIO : LES DERNIÈRES TENDANCES PASSÉES EN REVUE

Les professionnels du bio sont à la pointe des nouvelles tendances et lancent chaque année de nombreuses innovations pour répondre aux attentes des consommateurs.

Bon nombre de leurs idées se diffusent ensuite largement jusqu'à devenir de véritables tendances de fond. Parmi ces « mégatendances », figurent notamment les produits vegan ou le mouvement « clean », qui vise à créer des produits les plus « purs » possibles, respectueux de la santé, de l'être humain, des animaux, de l'environnement,... Le bio fait aussi figure de pionnier en matière de caution éthique répondant aux exigences des consommateurs : origine des produits, caution de labels sur les ingrédients, recyclabilité des emballages, etc. Et, les professionnels du bio n'oublient pas les « hyper-connectés » : ils leur proposent de redécouvrir la réalité des sensations avec des recettes réinventées, des textures surprenantes, etc.

Foisonnant, le marché bio est également très riche en termes de micro-tendances, en particulier celles liées à la santé. De nombreuses nouveautés font actuellement le buzz, comme le nouveau curcuma, les noix exotiques, le cru et le fermenté ou encore le « BIY – Blend it Yourself. »



LES « MÉGA-TENDANCES » LA CONSOMMATION RÉINVENTÉE

Mouvements durables et de masse, ces tendances réinventent la consommation... jusqu'à devenir des « must have ».

1 - LA RÉVOLUTION DU SAIN (Clean)

La tendance du « clean » (sain/ sécuritaire) est une lame de fond, qui concerne tous les secteurs et va se propager à l'ensemble des produits. « Clean food », « clean beauty » : Une enseigne de produits de beauté aux États-Unis vient de créer une catégorie sous cette appellation et la Silicon Valley vit un engouement autour de la « clean meat », avec de nombreuses start-up procédant à de spectaculaires levées de fonds dans le domaine.

Ce mouvement du sain & du « clean » a pour ambition l'innocuité, pour soi-même, ses proches et l'environnement. En effet, la santé est devenue la priorité absolue des consommateurs, et face aux scandales en rafales dans tous les domaines, la méfiance est de mise. Par exemple, seulement 30% des Français (39% au UK) font confiance à l'industrie de la beauté quant à l'innocuité de ses produits³.

Le secteur du bio a été un des pionniers du « clean », garant d'une consommation saine et transparente. Ainsi 92% des Français déclarent avoir consommé des produits biologiques en 2017⁴. Aujourd'hui, ce mouvement du « clean » / sécuritaire challenge et amplifie les promesses du naturel/ bio, par des innovations biologiques toujours plus saines.

Face à la montée des allergies, intolérances alimentaires et cutanées, s'installe l'obligation du « sans », synonyme de « healthy », de bonne santé. Les formules sont épurées, raccourcies, simplifiées et se veulent rassurantes : sans conservateurs, sans OGM, sans lactose, sans nitrates, sans sulfates, mais aussi sans sel, sans sucre ou le récent « zéro résidu de pesticides ». Le sans gluten serait en passe de devenir un nouveau standard.

Les listes réduites d'ingrédients sont recherchées par des consommateurs avides de sécurité, surtout lorsque l'on apprend que les femmes appliquent sur leur peau 100 ingrédients en moyenne par jour en 2017⁵ !

La garantie « pureté » serait ainsi la promesse augmentée du naturel/ bio.

³ Mintel, 2017

⁴ Baromètre Perception et consommation des produits biologiques, Agence BIO – CSA, 2018

⁵ Etude Officinea 2017

LA PREUVE EN PRODUITS

Food :

- Jambon sans sel nitrité, par SBV Prés Gourmands
- Frutaki Bio, bonbons à base de 97% de fruits, sans sucre ajouté et sans gluten, par Ayiure
- Ciao Le Sel Acidulé, un substitut au sel, par des composants qui crée une saveur acide qui compense le manque de sel dans les préparations culinaires (brevet déposé), par Aromandise
- Couscous de légumineuses sans gluten, par Vajra SPRL
- Barre énergétique Chia & Coco Roo'Bar, 100% crue avec seulement 4-5 ingrédients, par Nature & Expression
- Gaufrettes à l'oignon de Roscoff et aux algues, avec seulement 5 ingrédients, par Algue Service

Produits diététiques :

- Comme à la Maison de Natâma, plats cuisinés sans allergènes, ni gluten (clean label), par Clarelia SAS
- Extra Pure, 94% de cacao, sans soja, gluten, lactose ni huile de palme et sucre de dattes, par Lovechock B.V.

Compléments alimentaires :

- Ligne Duo Premium, sans alcool, sans excipient, sans auxiliaire technologique, et garantie avec un marqueur de qualité sur chaque lot, par Fitoform SAS

Cosmétiques et hygiène :

- Shampoing antipelliculaire sans sulfate, à base d'écorce d'arbre sud-américain et enrichi en huiles essentielles, par Florame
- Dentifrice en poudre au menthol, sans fluor, conservateurs, allergènes ou additifs, par SDEB Ecodis
- Couches de bain composées à 75% de cellulose, 0% latex, chlore, OGM, petrolatum, parfum, par Tidoo Nature
- Déodorant Le Délicat, pour peaux sensibles, sans sel d'aluminium, ni alcool, ni huile essentielle ou hydrolat déconseillé pendant la grossesse et l'allaitement, par Omum

2 - LA MONTÉE EN CONSCIENCE DES CONSOMMATEURS

Dans un monde perçu comme potentiellement toxique, stressant, voire précaire et individualiste, la quête de sens n'a jamais été aussi grande. Or, l'acte d'achat s'avère être une des meilleures voies pour faire changer les choses : 71,5 % des Français se sentent concernés par la consommation responsable⁶.

Alors que 75% des Millennials pensent que les marques ont tellement peu de sens qu'elles disparaîtront⁷, le bio, lui, est porteur de la promesse de sain et de sens : éthique et préservation environnementale.

Mais cela ne suffit plus pour rencontrer les attentes des « consomm'acteurs ». Il faut aller au-delà du label ou de la certification bio, pour prouver un engagement personnalisé.

De la récolte (sourcing) au processus de production, du zéro gâchis aux packagings recyclables, toutes les cases doivent être cochées. Et même les enseignes et marques nationales s'engagent vers plus de conscience et des procédés écologiques.

Les labels aussi sont repensés pour préciser l'engagement et éviter les confusions : entre autres, Cosmos avec l'harmonisation à l'échelle européenne, mais aussi la visibilité du label Demeter, garantissant une agriculture biodynamique.

L'idéal à atteindre : non seulement 100% naturel/ bio, mais aussi engagement sur toute la ligne.

LA PREUVE EN PRODUITS

Food :

- Œufs éthiques provenant de poules non-abattues, par Poulehouse
- Muesli aux fruits cultivés en biodynamie et certifié Demeter, par Celnat SA
- Yaourt aux mirabelles issues d'une ferme en conversion, par Invitation à la Ferme
- Sirop d'agave à la Chlorophylle, extrait de la feuille d'agave, habituellement jetée, par Naturgie

Produits diététiques :

- Barre aux Céréales aux bouts d'fraises fabriquée en Normandie et emballée dans un packaging Kraft recyclable, refermable et connecté par Nomen'K

Compléments alimentaires :

- Miel français bio, bon, responsable : réalisé à partir du cahier des charges des consommateurs, commercialisé au juste prix et fonds de sauvegarde des abeilles associés, par Culture Miel - C'est Qui Le Patron
- Pulpe brute d'Aloe vera Pur'Aloé, extraite manuellement, cultivée à proximité de la salle d'extraction, par Cieldazurlabs

Cosmétiques :

- Huile hydratante 100% naturelle, avec 98% d'ingrédients biologiques, par Qäqyp / Perfrance, première marque française labellisée Demeter
- Crème de jour sans eau ajoutée, ni cire d'abeille par Cieldazurlabs
- Lait corporel zéro déchet avec flacon en verre consigné, remplissable et réutilisable à vie, par Cozie

⁶ CERDD et Greenflex, 2017

⁷ Kantar Media et Kantar Millward Brown (étude multi-pays 2016-2017)

3 - LA NOUVELLE GASTRONOMIE VEGAN

Dans la mouvance du sain et du plus de conscience, le bien-être animal est un fer de lance, avec la nécessité de trouver des solutions. Nos sociétés occidentales sont en effet arrivées à un pic de consommation de viande rouge, avec un milliard de bovins en élevage dans le monde en 2015⁸.

Face aux images de la maltraitance animale, la réaction ne se fait pas attendre : les vagues « vegan » (non-consommation et non-exploitation des animaux) et végétariennes évoluent à toute allure, chez les moins de 30 ans encore plus.

- Buzz digital : #vegan, plus de 60 millions de posts sur Instagram
- Conversions en masse : adeptes x10 en 10 ans au UK⁹
- 40% des Français se revendiquent flexitariens, c'est-à-dire en recherche d'alternatives aux produits issus d'animaux¹²

Au-delà de l'allégation « bien-être animal » / « cruelty-free », ce sont toutes les industries qui se réinventent rapidement en végétal. Ce nouveau paradigme, appelé aussi « plant-based » dans les pays anglo-saxons, s'étend des cosmétiques jusqu'aux croquettes pour animaux, en passant par le cuir.

Progressivement, les protéines végétales investissent toutes les recettes, y compris chez les rois du jambon. Même la « junk food » repense le burger qui devient sans viande, à l'instar de certaines spécialistes du fast-food.

Les marques biologiques sont, bien sûr, figures de proue du veganisme. En alimentation tout comme en cosmétique, on voit fleurir quantité de packaging portant la mention « vegan ». Culinairement, on s'éloigne désormais du principe de l'alternative, pour développer une nouvelle gastronomie à part entière, celle d'une approche glamour et appétissante du végétal et / ou du cru. Cela nous conduit vers des alchimies gustatives inédites, comme la « frawmagerie », le « vromage vegan », etc. Le chef étoilé Alain Passart avait clairement ouvert la voie il y a 15 ans déjà !

Le végétal est non-plus une alternative, mais un eldorado du sensoriel et du durable.

LA PREUVE EN PRODUITS

Food :

- Vég'gras, substitut du foie gras vegan, par Senfas
- Mayonnaise, 100% végétale et sans gluten, par Algae Service
- Tranché vegan, alternative végétale au fromage, par BioVeg / All In Foods
- Crêpes végétales et vegan, par Biobleud
- Boulettes de haricots rouges, par Ici & Là SAS
- Sauce tomate riche en protéines végétales grâce au quinoa et aux fèves d'edamame, qui apportent relief et croquant, par Bryio

Cosmétiques :

- Correcteur de teint vegan 07 Orange, par Boho Green
- Mousse nettoyante vegan, par Terra Ipsum

⁸ Département américain de l'agriculture

⁹ Étude menée par le magazine Vegan Life et l'association Vegan Society, 2016

¹² LSA 22/02/18

4 - LA SOIF DE SENSATIONS

Nos vies toujours plus virtuelles – désormais 1/3 des individus préfèrent être sur leur smartphone plutôt que de parler ou passer du temps avec les gens qui comptent pour eux¹⁰- nous forcent à trouver de nouvelles sensations et des sensorialités accrues, pour mieux s’ancrer, se poser et redécouvrir le réel.

À l’ère de la réalité augmentée et de l’intelligence artificielle, ressentir s’érige comme un essentiel de la consommation contemporaine. Désormais 10,5% des consommateurs dépensent pour vivre une expérience et avoir de l’amusement¹¹. Et particulièrement les Millennials (génération Z et Y, entre 18 et 35 ans), pour qui ce besoin de jeu et de sensation est vital.

Aussi la naturalité devient source d’expérience, et même de performance. Car en plus de l’item santé, la sensorialité procurée par un cosmétique ou un aliment est un must de satisfaction client.

Les marques redoublent d’inventivité pour innover. Les goûts s’hybrident. Les rituels et recettes de cuisine sont réinventés. Les textures se mixent et se réinterprètent, changent au contact de l’eau, de la peau, éclatent en bouche pour libérer leur pleine puissance.

La naturalité augmentée = la performance de sensorialité.

LA PREUVE EN PRODUITS

Food :

- Belgian Thins Florentine, le chocolat à casser, par Belvas SAS
- Hot Chocolate Drops, gouttes de chocolat bio au sucre de fleur de coco à faire fondre dans le lait chaud, par Belvas SAS
- Fraises biologiques entières lyophilisées grâce à une innovation technique, par Biercors

Cosmétiques :

- Huile soin sous la douche Nectar Doré, avec texture en deux temps huile-puis-lait, par Centifolia
- Dentifrice en poudre, par SDEB Ecodis

¹⁰ Etude monde Phone-Life Balance, par Motorola fin 2017

¹¹ Barclaycard, 2017

LES MICRO-TENDANCES : LES BUZZ SANTÉ

Pépites d'inventivité, ces micro-tendances font du bruit et permettent de (re)penser les basiques de demain, tant au niveau du produit que du processus. Car la bonne santé (le « healthy ») est devenue le symbole de la « cool attitude » et une obsession hautement « instagrammable » : en témoignent plus de 121 millions d'hashtags #healthy et presque 50 millions pour #healthyfood.

Si la naturalité est autant en vogue, c'est parce qu'elle s'érige comme la meilleure voie de réassurance (vers le sain, l'innocuité). Les études montrent que « *les consommateurs définissent principalement le naturel par l'absence d'attributs "indésirables", comme les additifs et l'intervention humaine* »¹². De ce fait, les super aliments ou « superfood » deviennent les héros du naturel, ceux qui concentrent toutes les performances de santé et d'énergie pour les « HealthYers » (génération Y). Et sont donc les stars du buzz !

1 - LE NOUVEAU CURCUMA

C'est le super ingrédient au top du hit bien-être du moment : riche en vitamines A et C, en fer, en potassium et même en protéines. Le moringa est un booster d'énergie, un immunostimulant et un anti-inflammatoire qui favorise la vue, la santé cardiovasculaire, détoxifie et lutte contre le vieillissement de la peau.

En bref, il a tout bon. Qu'il soit conditionné sous forme de poudre, gélules, tisanes ou en huiles, « l'arbre miracle » se fait connaître à parts égales avec le tumeric (curcuma), qui continue d'être un vecteur de notre bonne santé et de surprise pour nos papilles.

LA PREUVE EN PRODUITS

Food :

- Tisane moringa-gingembre, par Salus Haus GMBH & Co
- Préparation 100% Fruits citron-moringa, par Naturgie
- Sardines détox au curcuma et gingembre, par Gendreau
- Infusion au curcuma, par Pagès Thés et Infusions
- Boisson rafraîchissante curcuma-citron, par Thera Sana

Compléments alimentaires :

- 1^{ère} huile de moringa sous forme de capsules, par LT Labo

Produits diététiques :

- Curcuma & l'Energie, par Ulrich Walter GmbH

¹² Recherche menée par Journal of Food Science (USA)

2 - LES NOIX EXOTIQUES

La noix de coco est devenue l'incontournable star de naturalité des étalages alimentaires et cosmétiques. Jusque-là utilisée principalement sous forme pure, elle est maintenant réinventée sous toutes les textures, et son goût est mixé avec celui d'autres fruits. Elle joue parfois le rôle d'un excellent substitut, en se faisant tour à tout eau, lait, beurre ou huile, et permet de twister des catégories de produits complètes.

Mais émergent aussi des noix plus inhabituelles, comme la noix du Brésil et la noix tigrée (souchet)... Quelle sera la prochaine ?!

LA PREUVE EN PRODUITS

Food :

- Coconut Cuisine, crème de cuisine végétale à base de coco, par The Bridge
- Coco Frostick, glace vegan au lait de coco, par Abbot Kinney's
- Poudre de lait de coco, par Biercors
- Eau de King Coconut, par Nature et Expression
- Eau de coco & mix fruit, aux fruits exotiques, par La Compagnie du Riz
- Curry rouge et lait de coco aux aubergines et sauce sriracha, par Pro Sain
- Brazil Nut Drink, boisson de noix du Brésil, par The Bridge
- Boisson végétale à la noix tigrée, par Babbagigi SAS

Compléments alimentaires :

- Compléments alimentaires à base de noix verte, par Kario Energie

Cosmétiques :

- Crème de douche Coco Bio (formule biodégradable), par Laboratoires Natescience

3 - BIY : BLEND IT YOURSELF (mélangez-le vous-même !)

C'est le nouveau D.I.Y (Do It Yourself / A faire soi-même), dans tous les domaines, et surtout le nouveau maître mot en termes d'expérience et de personnalisation.

Rituel logique visible dans le phénomène des jus detox et sains, le format mélange vient désormais booster quantité des boissons, mais aussi des plats culinaires et potions cosmétiques, pour obtenir des produits ultra-frais et personnalisés.

LA PREUVE EN PRODUITS

Food :

- Golden Latte, mélange de sept épices à base de curcuma et de poivre à mélanger au lait, par Epices Shira
- Smoothie banane-açaï-myrtille, par Maison Meneau
- Pep's paillettes salades et légumes, par Aromandise

Produits diététiques :

- Mélange Super Mix protéiné vegan Dragon Superfoods, par Nature et Expression

Produits et services pour la maison:

- Brumessentielle, un diffuseur-brumisateurs d'huiles essentielles, par Aromandise

4 - CRU ET FERMENTE : LE NOUVEAU « SLOW »

La fermentation est le processus en vogue, qui permet de maximaliser les bénéfices des produits (vitamines, minéraux), sans les cuire. Ce nouveau culte du cru (« raw »), via mise en culture et cuisson basse température, préserve en effet tout le potentiel des ingrédients.

En alimentation, plus c'est lent, plus c'est bon : le kombucha est ainsi un champignon longuement fermenté aux vertus fabuleuses de santé et le kimchi fait partie des mets présentés dans les plus grands restaurants internationaux.

Plus discrète en beauté, la cosmétique fermentée émerge déjà en Asie, Corée en tête.

LA PREUVE EN PRODUITS

Food :

- Alternative au fromage à base de fruits secs fermentés, une nouvelle catégorie appelée Fermentino, par Eurocompany
- Pâte à tartiner au cacao cru par fermentation basse température, par Sol Semilla
- Biscuit traditionnel Pancrudo mais alimentation vivante (-42°C dans le process de fabrication) dans les chocolats crus, par Douce Italie
- Infusions fermentées par Ido Infusion (Corée)

Compléments alimentaires :

- Spirulina powder raw (certification cur), par Nature et Expression
- Graines germées déshydratées en qualité crue d'alfaga, par Biercors

LES TROPHÉES

D - TROPHÉES NATEXPO 2018 : LES MEILLEURES INNOVATIONS BIO RÉCOMPENSÉES

L'Espace Trophées NATEXPO 2018, vitrine des meilleures innovations de l'année

Véritable vitrine des meilleures innovations bio de l'année, cet espace est entièrement dédié aux produits lauréats des Trophées NATEXPO 2018.

Ces Trophées, ouverts à l'ensemble des acteurs du marché (sociétés exposantes ou non-exposantes au salon), aux fabricants et producteurs, récompensent les produits les plus innovants, utiles, pratiques et originaux, mis sur le marché pour la première fois entre le 1^{er} mai 2017 et le 1^{er} mai 2018.



Les innovations de l'année à l'honneur

Les Trophées NATEXPO ont vu le jour en 2005 pour récompenser les produits les plus innovants, utiles, pratiques et originaux. Les Trophées NATEXPO 2018 distinguent les produits qui ont été mis sur le marché pour la première fois durant l'année écoulée (entre le 01/05/2017 et 01/05/2018). Cette année, près de 150 produits concouraient dans 7 catégories, correspondant à l'offre présente sur le salon :

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

Les Trophées NATEXPO ont enregistré près de 150 nouveaux produits participants. Les candidatures soumises aux Trophées reflètent les fortes capacités d'innovation des entreprises de l'alimentation bio, de la diététique, des compléments alimentaires, de la cosmétique bio et des écoproduits.

Un jury de 12 experts

Les lauréats ont été désignés, le 1^{er} juin 2018, par un jury d'experts, composé de professionnels du secteur et de juniors entreprises, ainsi que de journalistes de la presse spécialisée, professionnelle et grand public.

Le jury était composé de :

- Elodie DUPRE / Journaliste – Reporter BIO TV et Annuaire Vert
- Clara DIKITA / CNJE (Confédération Nationale des Juniors Entreprises)
- Camille HAREL / Journaliste - LSA
- Angélique HOULBERT / Diététicienne
- Antoine LEMAIRE / Directeur de la Rédaction BIOLINEAIRES
- Christine RIVRY-FOURNIER / Rédactrice en chef de BIOFIL
- Anne DUPUIS / Spécialiste mode bio écologique
- Anaïs ENGLER / Journaliste Cosmétique Mag
- Philippe MILLET / Journaliste Actif's Magazine – Nutriform'Magazine
- Isabelle MARTINET / Journaliste France 2
- Mélanie SCHMIDT-ULMANN / Journaliste Actu-Beauté
- Christine ZALEJSKI / Blogueuse culinaire - Cubes et petits pois



CATÉGORIE PRODUITS FRAIS

Trophée d'Or

MAYONNALG

Sauce 100% végétale, sans gluten. C'est un produit frais fabriqué en Bretagne avec 15% d'algues marines (dulse, laitue de mer et wakamé).

Société : ALGUE SERVICE

Date de lancement : 23/04/2018

Marché : Hommes, femmes, familles

Continent de destination : France, Europe

Prix : 4,27€ HT



L'avis du Jury

Ce produit a retenu l'attention du jury qui a estimé qu'il constitue une alternative gourmande à la mayonnaise pour les consommateurs ayant des allergies alimentaires, ou ayant fait le choix d'une alimentation végan.

Trophée d'Argent



KEFIR

Recette ancestrale et bienfaitrice, le kéfir GABORIT associe vitalité exceptionnelle et grande douceur. Le lait de Jersiaise à la composition reconnue mondialement est transformé de manière traditionnelle et respectueuse.

Société : MAISON GABORIT

Date de lancement : 28/02/2018

Marché : Hommes, femmes, familles

Continent de destination : Europe

Prix : 1,56 € HT

L'avis du Jury

Pour le jury, le kéfir étant difficile à trouver dans le commerce, ce produit apporte un vrai avantage consommateurs, qui peuvent ainsi facilement profiter de ses bienfaits.



CATÉGORIE PRODUITS ET SERVICES POUR LA MAISON ET LA PERSONNE

Trophée d'Or

BRUMESSENTIELLE

Permet de créer son parfum d'ambiance DIY avec ses propres huiles essentielles diluées dans... l'eau ! Grâce au brumisateur très performant et un booster d'huiles essentielles.

Société : AROMANDISE

Date de lancement : 01/02/2018

Marché : Hommes, femmes, adolescents

Continent de destination : France, Europe

Prix : 8,25€ HT



L'avis du Jury

Le jury a particulièrement apprécié que ce produit soit réutilisable et qu'il permette de personnaliser son parfum d'ambiance.



Prix : 24,99 € HT

Trophée d'Argent

LE JEU DU POTAGER

Le jeu idéal pour petits et grands afin de découvrir de manière ludique les secrets du potager au naturel.

Société : BIOVIVA EDITIONS

Date de lancement : 01/03/2018

Marché : Hommes, femmes, familles

Continent de destination : France

L'avis du Jury

Ce jeu a retenu l'attention du jury qui a estimé qu'il permettait de sensibiliser les enfants dès leur plus jeune âge à l'environnement, la nature, la saisonnalité des fruits et légumes... d'une façon ludique.



CATÉGORIE PRODUITS DIÉTÉTIQUES

Trophée d'Or

CIAO LE SEL ACIDULE

Substitut au sel de cuisine : les composants sont choisis pour remplacer l'effet synergique, gustatif et hédonique que procure le sel.

Société : AROMANDISE

Date de lancement : 01/02/2018

Marché : Hommes, femmes, familles

Continent de destination : France, Europe

Prix : 5,21€ HT



L'avis du Jury

Pour le jury, il s'agit d'une bonne idée, parfaitement adaptée à l'utilisation en cuisine.

Trophée d'Argent

HUILE VIERGE DE PAPRIKA (piment doux)

Inédit : l'huile vierge de paprika (piment doux) : couleur rouge orangée, saveur douce et légèrement relevée et surtout 70% d'acides gras polyinsaturés.

Société : BIERCORS

Date de lancement : 01/04/2018

Marché : Hommes, femmes, familles

Continent de destination : Europe, Afrique, Amérique du nord, Amérique du sud, Asie, France, Océanie

Prix : 11,37 € HT



L'avis du Jury

Le jury a été séduit par l'originalité de ce produit et sa composition riche en acides gras polyinsaturés.



CATÉGORIE PRODUITS D'ÉPICERIE

Trophée d'Or

COOKIES SANS GLUTEN ET VEGAN NOISETTE CHOCOLAT

Délicieux cookies sans gluten et VEGAN aux noisettes et pépites de chocolat à base d'amandes et sans additifs ni arômes.

Société : LOUBIO

Date de lancement : 05/01/2018

Marché : Hommes, femmes, enfants

Continent de destination : France

Prix : 2,80€ HT



L'avis du Jury

Le jury a été conquis par le goût de ce nouveau produit, son originalité et ses bons composants nutritionnels. Les jurés ont également souligné la prouesse technique pour réaliser une telle recette sans gluten.



Trophée d'Argent

MOUSSE DE CAROTTE AU BLEU D'AUVERGNE

La douceur de la carotte mariée au crémeux persillé du bleu d'Auvergne pour des tartines apéritives qui CLAC !

Société : CLAC !

Date de lancement : 08/09/2017

Marché : Les épicurieux

Continent de destination : France

Prix : 3,70 € HT

L'avis du Jury

En plus de son côté très gourmand largement souligné par le jury, le côté régional, l'AOP et l'originalité de l'association ont été appréciés.



CATÉGORIE COSMÉTIQUES & HYGIÈNE

Trophée d'Or

LAIT CORPOREL

Lait corporel biologique, made in France et zéro déchet grâce au flacon en verre consigné et réutilisable à vie. Possibilité de remplissage en vrac grâce à la machine COZIE de vrac.

Société : COZIE

Date de lancement : 22/01/2018

Marché : Toute la famille

Continent de destination : France, Europe

Prix : 13,50€ HT



L'avis du Jury

Le côté consigné et la possibilité de remplissage en vrac a fait l'unanimité du jury.



Trophée d'Argent

BAUME DE MASSAGE GOURMAND

Un baume de massage à la texture fondante inédite et au parfum délicieux ! Sa formulation bio allie les bienfaits de la ruche à celui des huiles végétales sélectionnées.

Société : APIMAB PROPOLIA

Date de lancement : 01/10/2017

Marché : Hommes, femmes

Continent de destination : France, Europe

Prix : 10,75 € HT

L'avis du Jury

Le jury a notamment apprécié la texture particulière de ce baume ainsi que son parfum très agréable.



CATÉGORIE COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES

Trophée d'Or

LIGNE DUO PREMIUM

La ligne DUO Premium, est une ligne de compléments alimentaires certifiée Eve Vegan, sans alcool, sans excipient, sans auxiliaire technologique, et garantie avec un marqueur de qualité sur chaque lot.

Société : FITOFORM SAS

Date de lancement : 22/10/2017

Marché : Toute la famille

Continent de destination : France, Europe, Afrique, Océanie

Prix : 14,75€ HT



L'avis du Jury

Cette gamme de produits de phytothérapie a fait une très bonne impression au Jury, séduit par son origine familiale et « Made in France ». Pour lui, elle offre des garanties susceptibles de rassurer les consommateurs.



Trophée d'Argent

ALLERGOPOLIS GOUTTES

Synergie de plantes (bourgeons, extrait, huile essentielles) Allergopolis s'utilise en prévention plusieurs semaines avant les premières agressions printanières pour renforcer le terrain et faire face aux allergies dues au pollen.

Société : LA SOURCE

Date de lancement : 04/04/2018

Marché : Toutes personnes sujettes aux allergies au pollen, enfants à partir de 6 ans

Continent de destination : France, Europe

Prix : 8,90 € HT

L'avis du Jury

Le jury a apprécié que ce produit offre l'opportunité aux personnes allergiques, de plus en plus nombreuses, de se soigner naturellement.



CATÉGORIE BOISSONS

Trophée d'Or

BRAZILNUT DRINK

Boisson de Noix du Brésil : vegan, sans gluten, sans lactose et sans sucres ajoutés ! A consommer en boisson ou avec des céréales.

Société : THE BRIDGE - Italie

Date de lancement : 01/04/2018

Marché : Hommes, Femmes, Enfants, Familles

Continent de destination : Afrique, Amérique du sud, Asie, Europe, France, Océanie

Prix : 3,58€ HT



L'avis du Jury

Ce produit a séduit le jury par son originalité, son goût naturel et par l'intérêt qu'il apporte aux consommateurs.



Trophée d'Argent

FLEUR DE SUREAU BIO ELEGANCE

La boisson finement pétillante aux extraits de fleurs de Sureau permet d'allier un goût unique et original avec les bienfaits du sureau.

Société : BAIA ORGANIC

Date de lancement : 22/09/2017

Marché : Hommes, Femmes, Adolescents, Enfants

Continent de destination : Afrique, Amérique du nord, Amérique du sud, Europe, France, Océanie

Prix : 1,14 € HT

L'avis du Jury

L'association des bulles et de la fleur de Sureau a conquis le jury, qui a également apprécié le peu de sucre contenu dans cette boisson et le côté rafraîchissant qu'elle procure.

E - NATEXBIO : 5 000 ENTREPRISES

MOTEURS DE LA CROISSANCE BIO

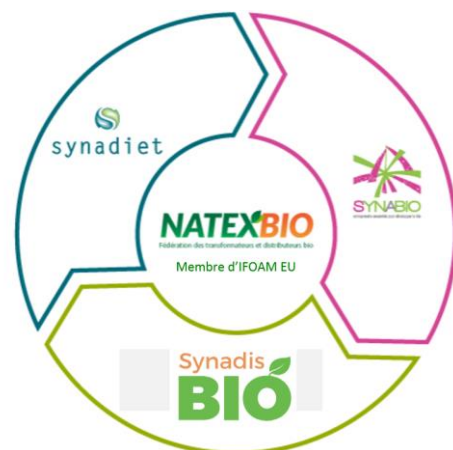
NATEXBIO représente à la fois des entreprises de production et de transformation de matières premières bio, les compléments alimentaires ainsi que des entreprises de distribution de produits bio, essentiellement des magasins spécialisés.

En termes économiques, NATEXBIO, au travers de ses membres, représente plus de 5 000 PME/TPE, 30 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 5 milliards d'euros : un marché en expansion correspondant à l'évolution des attentes des consommateurs de plus en plus sensibles à leur bien-être et à la préservation de la planète, et ceci dans le contexte d'un développement durable.

3 syndicats professionnels réunis

NATEXBIO regroupe 3 syndicats professionnels :

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



Si la Fédération NATEXBIO ne regroupe selon ses statuts que des syndicats professionnels, elle reste attentive à rassembler les autres structures associatives de professionnels avec qui elle souhaite entretenir un courant régulier d'échanges et œuvrer ainsi à ce que les professionnels puissent parler d'une seule voix. Dès maintenant, elle entretient des liens privilégiés avec Cosmebio 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 8 administrateurs(-trices), tous issus d'entreprises majeures du marché, sous la responsabilité de son Président assisté d'un chargé de missions.

Président : **Claude GRUFFAT**

Président de Biocoop

Administrateur – Trésorier : **Brooks WALLIN**

Président Directeur Général des sociétés Organic Stories,
Favrillon et Vignon, Pro sain

Chargé de missions : **Francis VALLUET**

Administrateurs(-trices) :

- **Françoise BEUNARDEAU**, Gérante de la société GVA Bio
- **Christelle CHAPTEUIL**, Directrice Général des laboratoires Super Diet
- **Philippe LARATTE**, Dirigeant Groupe Nature
- **Yves REMY**, Président de Synadis BIO
- **Jean VERDIER**, Président de Synabio, Président des sociétés Naturgie et Favols
- **Allon ZEITOUN**, Directeur Général de Naturalia

Des missions au service du bien-être

Les actions majeures de Natexbio :

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

F - SPAS ORGANISATION

LE PLUS GRAND ORGANISATEUR EN FRANCE

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

SPAS Organisation totalise 25 manifestations au niveau national :

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

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

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

La marketplace sevellia.com

Dédiée aux produits biologiques, naturels et éco-responsables, sevellia.com permet aux exposants de proposer leurs produits avant, pendant et après les salons. [Sevellia.com](http://sevellia.com) regroupe 350 vendeurs et 18 000 références.

La Politique de Développement Durable de SPAS Organisation

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

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

L'équipe NATEXPO :

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



Un salon de
Fédération
NATEXBIO
Vers le mieux vivre

www.natexbio.com

Organisé par

Spas
Organisation

www.spas-expo.com

Toutes les infos de
NATEXPO

SUR

www.natexpo.com

Facebook (Natexpo)

Twitter (@Natexpo)

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

SPAS ORGANISATION est le plus grand organisateur en France d'événements grand public et professionnels dédiés au bio, au bien-être, à l'art de vivre et au développement durable. Spas Organisation totalise 25 manifestations : des manifestations dédiées aux produits biologiques, des salons autour du bien-être et de l'art de vivre, le réseau des salons Zen & Bio en région, ainsi que la place de marché digitale sevellia.com

SPAS ORGANISATION - 160 bis rue de Paris – CS 90001 - 92645 Boulogne-Billancourt Cedex - France

Tel : +33 (0)1 45 56 09 09 / Fax : +33 (0)1 44 18 99 00

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

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

ADOCOM[®]-RP

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION - 11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris - Tél : 01.48.05.19.00 - Fax : 01.43.55.35.08
e-mail : adocom@adocom.fr - site : www.adocom.fr - Qualification : Agence Certifiée OPQCM