



## ÉTUDE : PARTOUT EN EUROPE, LES MAGASINS SPÉCIALISÉS BIO SE RÉINVENTENT POUR ACCOMPAGNER LA CROISSANCE DU MARCHÉ

Les magasins spécialisés bio sont des pionniers. En France comme dans le reste de l'Europe, ce sont eux qui ont les premiers permis aux consommateurs de découvrir les produits issus de l'agriculture biologique. Aujourd'hui, ils sont 2 700 en France et ont réalisé un chiffre d'affaires de près de 2,9 milliards d'euros en 2017, en hausse de +15% par rapport à 2016. Beaucoup moins nombreux que les grandes surfaces alimentaires généralistes, ils réussissent à enregistrer 37% des ventes bio effectuées auprès des Français pour leur consommation à domicile.

Cependant, comme chez leurs voisins européens, les magasins bio français doivent aujourd'hui se réinventer pour tenir leur rang face à la montée en puissance de la grande distribution sur le marché bio. C'est pourquoi Natexbio, la fédération des entreprises de transformation et de distribution de produits biologiques et écologiques, a décidé de faire le point en commandant une étude auprès du Cabinet Ecozept qui met en perspective la situation de la France avec le reste de l'Europe et notamment l'Allemagne, la Belgique et l'Italie. Si chaque circuit de distribution bio possède des caractéristiques spécifiques selon les pays, tous doivent aujourd'hui faire face à la concurrence accrue de la grande distribution.

Un constat qui pousse les magasins bio à se réinventer, en misant sur leur singularité dans leur stratégie de développement et non sur une guerre des prix, qui s'est avérée fratricide en Allemagne. De nombreux exemples montrent ainsi que les magasins bio prennent un nouvel élan en renouant avec les valeurs historiques de la bio ou en profitant des nouvelles tendances de consommation, notamment citadines.



### Valeurs fondamentales et nouvelles technologies : deux clés pour assurer l'avenir des magasins bio

En France, la distribution bio, qui fait face à une forte concentration et à l'arrivée nouvelle de magasins bio créés par la grande distribution généraliste, doit s'organiser pour se restructurer et, elle aussi, affirmer son identité, notamment en se concentrant sur la proximité avec les consommateurs. Il est ainsi important pour les magasins bio de valoriser l'origine terrienne de leurs produits, liée aux partenariats avec les producteurs, de développer la formation de leurs collaborateurs pour favoriser le conseil et de s'appropriier les outils numériques pour fidéliser les consommateurs en faisant bon usage des big datas. En effet, en complément du concept et du savoir-faire, le numérique est un axe fort pour améliorer l'expérience du consommateur et le fidéliser. Les points de vente bio disposent d'une large palette de pistes à explorer pour se différencier via les réseaux sociaux, la géolocalisation, les méthodes d'encaissement, le e-commerce, la dématérialisation des bons de réduction et des cartes de fidélité, l'accès Wifi offert aux clients, le Click and Collect, etc.

## Les magasins bio en France : un secteur dynamique avec de belles perspectives de développement

La distribution bio est marquée en France par l'ouverture de nombreux magasins. En 2017, leur nombre a progressé de +15% par rapport à 2016 pour atteindre 2 700 magasins spécialisés. En un an, 265 points de vente bio ont été ouverts en France, soit plus de 5 par semaine.

Les magasins bio s'inscrivent ainsi dans la puissante dynamique du marché bio français. En 2017, il a atteint près de 8,4 milliards d'euros (Vente à domicile + Restauration hors domicile). Un chiffre en progression de +17% par rapport à 2016. Si elle augmente vite, la part des produits bio dans le marché alimentaire global conserve encore une belle marge de progression. Elle s'élève en effet à 4,4% en 2017, contre encore 3,5% en 2016, dans un environnement européen où les parts de marché de la bio se situent entre 3% en Italie et près de 10% au Danemark. Dans ce contexte, les magasins bio tels qu'ils se réinventent aujourd'hui ont un bel avenir devant eux.

## Vers une nouvelle jeunesse pour la distribution bio en Europe

Les magasins bio doivent rester en Europe les éléments moteurs de l'agroalimentaire bio. Pour se distinguer, il est important pour eux de miser sur leurs valeurs fondatrices : local, social, militant ainsi que de renforcer leurs liens avec les filières agricoles. La traçabilité des produits, leur origine, leur lien à la terre doivent être mises en avant auprès des consommateurs qui ont de fortes attentes en matière d'authenticité.

Les points de vente bio doivent également confirmer leur posture de pionniers en continuant à innover, tant dans leur façon de distribuer les produits (vrac, ...) que dans le choix des références vendues ; ils sont souvent les premiers à adopter les produits les plus innovants.

Le positionnement des magasins bio européens est unique sur le marché et il est nécessaire de le conforter : en proposant des services et des produits spécifiquement adaptés aux attentes de leurs consommateurs. Dans certains pays, comme en Italie, des magasins bio ont ainsi décidé de lancer des enquêtes pour cerner précisément leurs envies afin d'y répondre au mieux.

 **ADOCOM<sup>®</sup>-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

# SOMMAIRE

**LES PRODUITS BIO GAGNENT DU TERRAIN PARTOUT EN EUROPE**

**p.4**

**FRANCE : UN CIRCUIT DE DISTRIBUTION BIO DYNAMIQUE AVEC DE BELLES PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT**

**p.7**

**ALLEMAGNE, BELGIQUE, ITALIE : TROIS PAYS VOISINS MARQUÉS PAR DES CIRCUITS SPÉCIALISÉS BIO AUX ENJEUX SPÉCIFIQUES**

**p.13**

**EN SYNTHÈSE : DES PISTES DE DÉVELOPPEMENT POUR LES MAGASINS BIO EN EUROPE**

**p.19**

*Dossier basé sur l'étude menée pour NATEXBIO par Ecozept, bureau d'études franco-allemand spécialisé dans l'agro-alimentaire durable.*



# LES PRODUITS BIO GAGNENT DU TERRAIN PARTOUT EN EUROPE



## ÉVOLUTION DU MARCHÉ BIO DE L'UE EN MILLIARDS D'EUROS



## Marché bio européen : +10,5% de croissance moyenne depuis 2004

(Source : Organic World 2018)

En 2017, le poids du marché bio de l'Union européenne s'élève à 36,5 milliards d'euros. Depuis 2004, il enregistre une croissance moyenne annuelle de +10,5%.

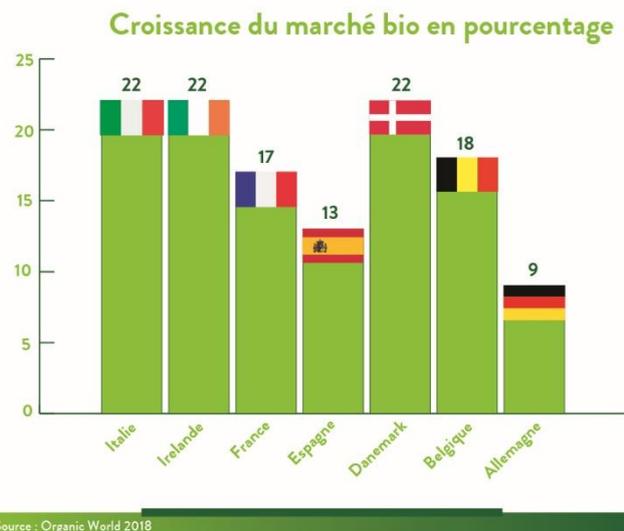
## Tous les marchés bio européens en croissance

(Source : Organic World 2018 – chiffres 2016)

En Europe, tous les pays européens voient leurs marchés bio progresser.

Ils affichent des taux de croissance compris entre 9 et 22%.

## CROISSANCE DES MARCHÉS BIO EN EUROPE



## TOP 10 DES MARCHÉS BIO À L'INTERNATIONAL EN 2016



Source : Organic World 2018 - Chiffres 2016

## La France : n°3 sur le marché mondial de la bio et n°2 en Europe

(Source : Organic World 2018 – chiffres 2016)

Selon les derniers chiffres disponibles à l'international, la France se situait en 2016 à la 3<sup>e</sup> place des plus importants marchés bio internationaux. Les États-Unis figurent en effet en 1<sup>ère</sup> place, avec près de 39 milliards d'euros de ventes bio, devant l'Allemagne, avec près de 9,5 milliards d'euros. Avec un chiffre d'affaires de près de 7 milliards d'euros en bio en 2016 (plus de 8 milliards d'euros en 2017), la France se situe ainsi devant la Chine (près de 6 milliards d'euros) et le Canada (plus de 3 milliards d'euros).

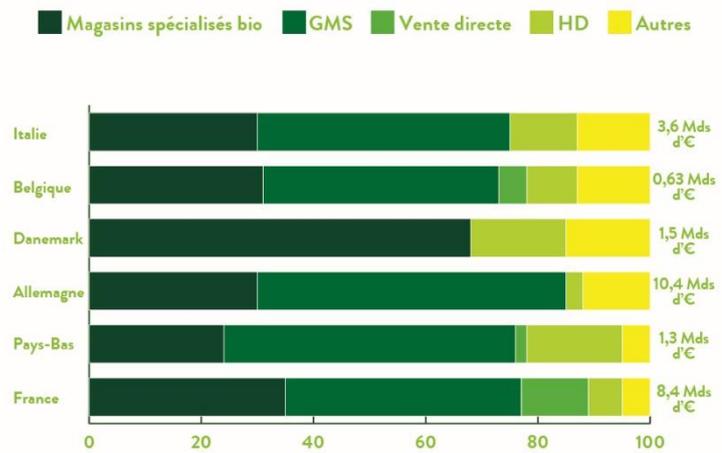


## France, Allemagne, Italie et Belgique : les parts de marché des magasins bio supérieures à 30%

(Source : Agence Bio d'après différentes sources européennes)

En France, les magasins spécialisés bio ont la particularité de représenter 37% des parts de marché en valeur dans les ventes de produits bio. Leur place est ainsi plus importante qu'en Belgique (31% de parts de marché), Allemagne et Italie (30% pour chacun de ces deux pays).

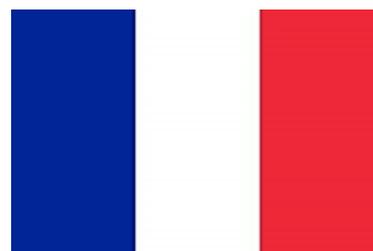
### PARTS DES DIFFÉRENTS CANAUX DE DISTRIBUTION DE PRODUITS BIO PAR PAYS



Source : Agence Bio, d'après différentes sources Européennes - Chiffres 2016



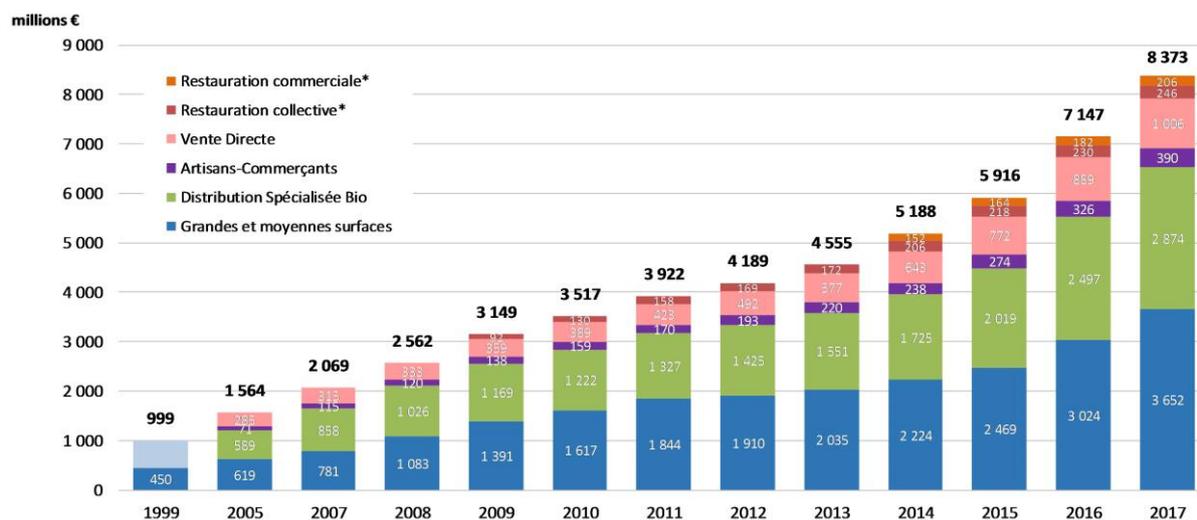
# FRANCE : UN CIRCUIT DE DISTRIBUTION BIO DYNAMIQUE AVEC DE BELLES PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT



## Le marché bio français en hausse de +17% en 2017

(Source : Agence Bio)

En 2017, la valeur des achats des produits alimentaires issus de l'agriculture biologique est estimée à 8,373 milliards d'euros soit une croissance de près de 17% par rapport à 2016. Le marché se répartit entre la consommation à domicile et la restauration à domicile. Les ventes de produits bio auprès des consommateurs – hors restauration à domicile – représentent en 2017 : 7,921 milliards d'euros TTC de consommation (+18% versus 2016), soit 4,4% de la consommation globale des produits alimentaires. Le marché bio a doublé en cinq ans, entre 2012 et 2017, passant de 4 189 à 8 373 millions d'euros (en incluant la restauration hors domicile).



\* Achats hors taxes évalués par enquête auprès des fournisseurs et des acheteurs, depuis 2014 en restauration commerciale et depuis 2009 en restauration collective.



## FRANCE : LES VENTES DE MAGASINS BIO EN HAUSSE DE +15% EN 1 AN

### +15% de ventes pour les magasins spécialisés bio en 2017

(Source : Agence Bio)

En 2017, les magasins spécialisés bio ont enregistré un chiffre d'affaires de près de 2,9 milliards d'euros, en hausse de +15% par rapport à 2016. Ils représentent près de 37% des ventes réalisées auprès des Français pour leur consommation à domicile.



Source : Agence Bio

### Évolution des ventes de produits biologiques selon les circuits de distribution

En millions €	Chiffres d'affaires TTC								Croissance	Part du marché bio
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017		
Grandes et Moyennes Surfaces	1 617	1 844	1 910	2 035	2 224	2 469	3 020	3 652	20,9%	46,1%
Distribution spécialisée bio en réseau	855	950	1 078	1 212	1 365	1 624	2 030	2 380	17,2%	30,0%
Distribution spécialisée bio indépendante	367	377	347	339	361	395	485	493	1,6%	6,2%
<b>TOTAL dist. spé. Bio</b>	<b>1 222</b>	<b>1 326</b>	<b>1 425</b>	<b>1 551</b>	<b>1 725</b>	<b>2 019</b>	<b>2 515</b>	<b>2 874</b>	<b>14,3%</b>	<b>36,3%</b>
Artisans-Commerçants	159	170	193	220	238	274	329	390	18,5%	4,9%
Vente Directe	389	423	492	577	643	772	874	1 006	15,1%	12,7%
<b>TOTAL</b>	<b>3 387</b>	<b>3 764</b>	<b>4 020</b>	<b>4 383</b>	<b>4 830</b>	<b>5 534</b>	<b>6 738</b>	<b>7 921</b>	<b>17,6%</b>	<b>100%</b>
Part de l'AB*	1,9%	2,2%	2,3%	2,5%	2,8%	3,1%	3,8%	4,4%		

\*Basé sur la série mensuelle CVS CJO aux prix de l'année précédente - produits agricoles, sylvicoles, pêches, produits agroalimentaires hors tabacs.

Source : Agence Bio / AND-I 2018

## 265 magasins bio ouverts en France en 2017

(Source : Agence Bio / Natexbio)

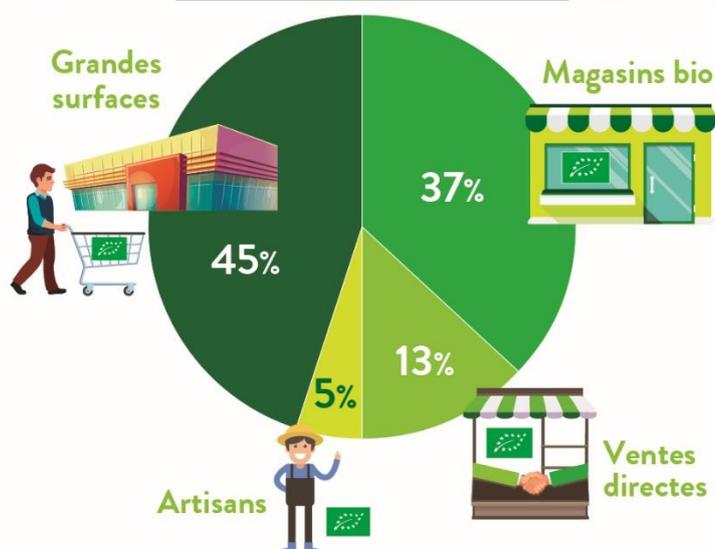
Le circuit spécialisé bio connaît toujours une belle dynamique illustrée par l'ouverture régulière de nouveaux magasins.

En 2016, il a ainsi enregistré une croissance record du nombre de magasins ouverts : +25% vs 2015. En 2017, le nombre de boutiques bio a continué sa progression, avec +15% d'ouvertures supplémentaires vs 2016 pour atteindre environ 2 700 points de vente répartis sur l'ensemble du territoire français. En moyenne, 5 magasins bio ont été ouverts chaque semaine.



Les points de vente bio sont majoritairement d'enseignes nationales organisées (44%), d'indépendants (38%) ou de groupements (18%).

### LES MAGASINS BIO : N°2 DE LA VENTE DES PRODUITS BIO EN FRANCE



Source : Agence Bio

### Les magasins bio : n°2 de la vente des produits bio

(Source : Agence Bio)

Les ménages Français réalisent leurs achats dans quatre circuits de distribution principaux. Les grandes et moyennes surfaces alimentaires et leur e-commerce (GMS) réalisent près de 45% des ventes en valeur en 2017. Elles sont immédiatement suivies des magasins spécialisés bio, qui réalisent 37% des ventes du marché bio. Arrivent ensuite la vente directe du producteur au consommateur (13% de parts de marché) et les boutiques des artisans ou commerçants (cavistes, boulangers, bouchers, poissonniers... - 5% des ventes bio en valeur).

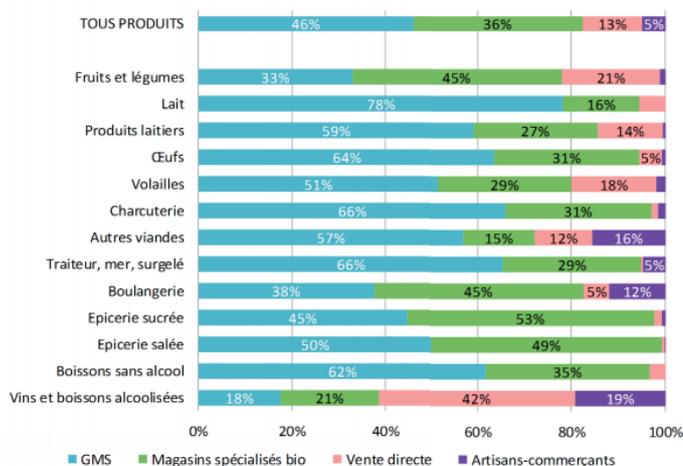
## Les magasins bio : n°1 des ventes sur certaines familles des produits bio

(Source : Agence Bio)

Suivant les catégories de produits, les circuits de distribution assurent une part plus ou moins importante des achats bio. Les magasins spécialisés représentent le premier circuit de distribution pour les fruits et légumes bio (45% des ventes), devant les grandes et moyennes surfaces (33%). L'épicerie sucrée bio (53%) est également davantage vendue dans les boutiques bio, tout comme les produits de boulangerie bio (45%) comme le pain.

La GMS est le premier circuit de distribution du secteur de la crémèrie avec 78% des ventes de lait et près des deux tiers des ventes d'œufs bio, devant l'épicerie, les fruits et légumes et le pain. La vente directe est spécialement développée dans les secteurs du vin (42% des ventes) et des fruits et légumes (21%), devant la viande et les produits laitiers, notamment les fromages. Les ventes assurées par les artisans-commerçants concernent majoritairement le vin (via les cavistes), les viandes ainsi que le pain.

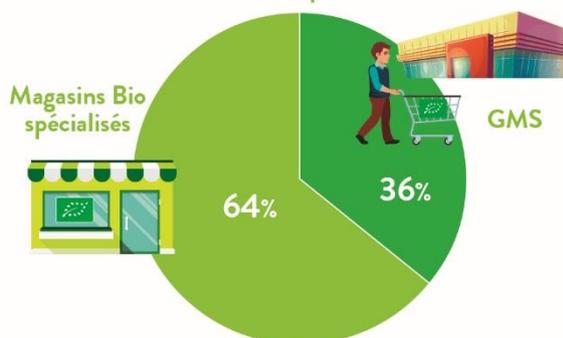
Répartition des ventes de produits par circuit de distribution



Source Agence BIO / AND-i 2018

### LES MAGASINS SPÉCIALISÉS BIO GÉNÈRENT PLUS D'EMPLOIS EN FRANCE

**Magasins spécialisés bio = 64%**  
des emplois du commerce de détails  
distribuant des produits bio



Source : Agence Bio

### Les emplois du secteur concentrés dans les magasins bio

(Source : Agence Bio/AND-i).

Le commerce de détail de produits alimentaires bio génère plus de 27 000 emplois, majoritairement concentrés dans les magasins spécialisés bio. En effet, ces derniers génèrent environ 17 300 emplois, soit 64% du commerce de détail distribuant des produits bio contre 36% pour les GMS, avec 9740 emplois.

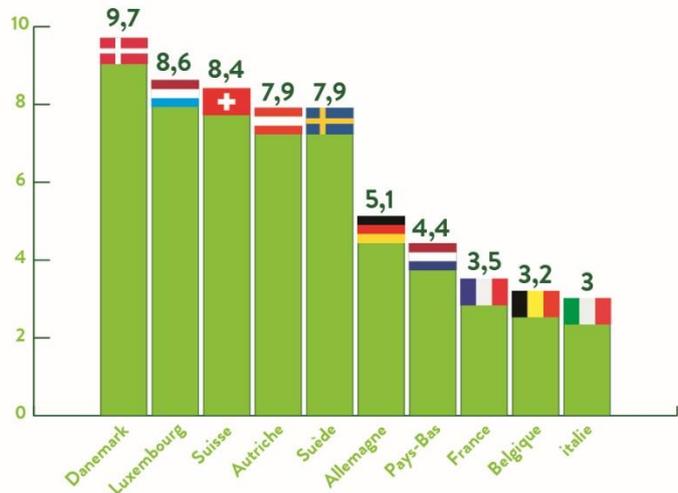
## LA PARTS DE MARCHÉ DU BIO EN EUROPE EN 2016

### Marché bio en France : une belle marge de progression

(Source : Organic World 2018 – chiffres 2016)

En Europe, les parts de marché de la bio se situent entre 3%, comme en Italie, et près de 10%, comme au Danemark par rapport à la consommation alimentaire totale. Dans cette large amplitude, la France a donc encore une belle marge de progression devant elle. En 2017, la part de marché des ventes de produits bio en France s'élève à 4,4%, contre 3,5% en 2016.

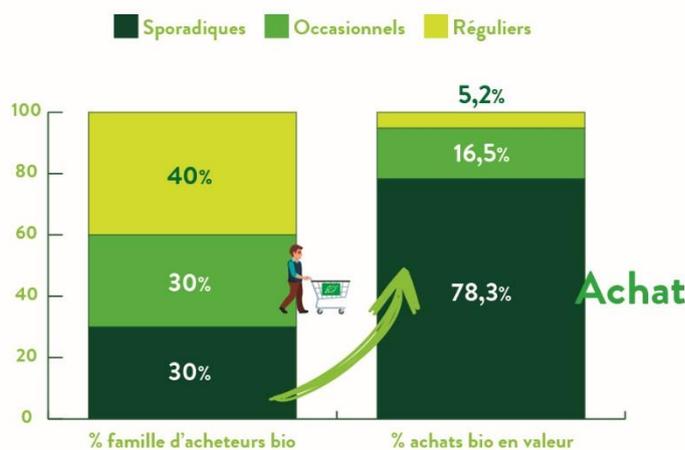
#### Parts de marché en pourcentage



Source : Organic World 2018

## LE POIDS DES CATÉGORIES DE CONSOMMATEURS SUR LES VENTES BIO EN FRANCE

Réguliers : 400€/an



Source : Organic World 2018

## Magasins bio : un accès privilégié aux acheteurs les plus assidus

(Source : étude Ecozept)

Les magasins bio sont plutôt fréquentés par les consommateurs consacrant le plus important budget aux produits bio, ce qui offre de belles perspectives quant à leur développement. En effet, en France, les 30% de consommateurs bio réguliers (au moins un achat bio par semaine) consacrent en moyenne 400 euros chaque année à leurs achats bio. Les magasins bio ont ainsi de belles perspectives de développement avec l'augmentation de la fréquence d'achats des consommateurs bio occasionnels (au moins une fois par mois).

## **Enjeux et développement de la distribution spécialisée bio en France**

La France est aujourd'hui confrontée à une forte concentration de la distribution spécialisée bio. Il se produit un double phénomène : les petits magasins et chaînes bio sont repris par de plus grands acteurs tandis que de grandes enseignes de l'alimentaire ouvrent des magasins dédiés à la vente de produits bio.

Pour résister, les magasins bio traditionnels doivent conserver leur identité et affirmer leur singularité. Il est notamment nécessaire qu'ils se différencient des grandes surfaces en proposant davantage de services à leurs clients. Ils doivent en particulier miser sur le conseil, en développant les compétences de leurs collaborateurs par la formation, et s'appropriier les réseaux numériques pour renforcer leur lien de proximité avec leurs consommateurs. Ils doivent utiliser le potentiel offert par les « big datas » pour davantage fidéliser les consommateurs bio. Le numérique doit aujourd'hui faire partie intégrante de leur stratégie de développement.



# ALLEMAGNE, BELGIQUE, ITALIE : TROIS PAYS VOISINS MARQUÉS PAR DES CIRCUITS SPÉCIALISÉS BIO AUX ENJEUX SPÉCIFIQUES

## La distribution spécialisée bio en Allemagne : dominée par les supermarchés bio

En Allemagne, les supermarchés bio correspondent à un phénomène récent. Ils sont généralement filialisés et standardisés. La distribution bio est également caractérisée par la présence de 330 magasins bio de « vente à la ferme », phénomène très peu développé en France. De plus, le circuit spécialisé compte de nombreux magasins nés de la diététique. Ces « Reformhäuser » sont environ 1 200 ; ils centralisent leurs achats et leur communication au sein d'une coopérative : « Neufarm ».



## Les supermarchés bio gagnent du terrain en Allemagne

En moyenne, les surfaces de vente bio ont augmenté de 62% en 7 ans en Allemagne. En effet, la distribution spécialisée bio a largement changé de physionomie ces dernières années outre-Rhin. En 2010, si 75% du circuit bio était composé de boutiques spécialisées, ce chiffre est tombé à 60% en 2017. Les supermarchés bio ont pris le relais : leur part sur le circuit bio est passée de 13% en 2014 à 27% en 2017.

L'Allemagne est ainsi passée de 250 supermarchés bio en 2010 à 665 en 2017 et de 1 500 boutiques inférieures à 100 m<sup>2</sup> à 890 seulement en 2017.

## Magasins bio : des parts de marché stabilisées

En 2017, les parts de marché des magasins bio en Allemagne s'élèvent à près de 30% du marché global bio. Une proportion similaire à celles de 2016. En revanche, la croissance des ventes des produits bio dans les magasins spécialisés est moins élevée que dans le circuit de la grande distribution alimentaire. En effet, si les ventes bio ont progressé en valeur de +2,2% entre 2016 et 2017 dans les magasins bio, elles ont augmenté de +8,8% dans les grandes surfaces alimentaires.



## Enjeux et développement de la distribution spécialisée bio en Allemagne

En Allemagne, le profil du circuit spécialisé bio est assez proche de celui de la grande distribution et compte de nombreux supermarchés bio. Une situation qui a conduit les magasins bio à mener une dangereuse guerre des prix fratricide ces dernières années.

Aujourd'hui, la distribution bio allemande court le risque de se déconnecter de la filière bio, des producteurs en amont. Le circuit est également confronté à des problèmes de personnels, notamment en termes de compétences et de turn-over.

Mais, après un fléchissement, la croissance du chiffre d'affaires du circuit bio est repartie en 2018. Les magasins s'attachent aujourd'hui à davantage travailler sur l'origine régionale des produits. Les magasins revoient leur positionnement et de nombreux points de vente sont repris tandis que d'autres s'ouvrent. De plus, la filière s'organise pour renforcer sa communication auprès des consommateurs.



## Les magasins bio gagnent du terrain en Belgique

En Belgique, le marché est caractérisé par la présence de nombreux magasins bio indépendants, de petites chaînes ainsi que des herboristeries et des magasins diététiques. Il est encore peu structuré et compte de nombreux acteurs. Le secteur spécialisé est actuellement marqué par l'arrivée de nouvelles chaînes et de nouveaux concepts.



### Environ 600 magasins bio en Belgique

La surface moyenne des établissements spécialisés bio s'élève à 190 m<sup>2</sup> en Belgique, contre 220 m<sup>2</sup> en France.

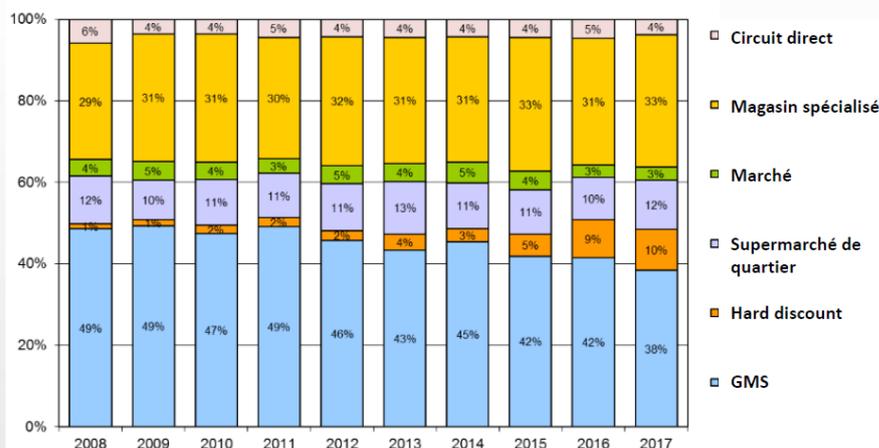
La Belgique compte au total environ 600 magasins bio. 350 sont établis en Flandre. Il s'agit essentiellement de magasins indépendants avec des surfaces inférieures à 150 m<sup>2</sup>. La Flandre abrite également un concept singulier, « Bioplanet », qui compte 28 points de vente de 400 à 750 m<sup>2</sup>. Ces supermarchés bio sont associés à une enseigne conventionnelle à côté de laquelle ils sont implantés.

En Wallonie et à Bruxelles, 250 magasins bio se partagent le territoire. Ils sont majoritairement indépendants ou adhérents à de petites chaînes. Les magasins comptant des surfaces de 300 à 400 m<sup>2</sup> y sont de plus en plus représentés.

### Les magasins spécialisés bio reprennent des parts de marché

En Belgique, les magasins spécialisés bio retrouvent leurs parts de marché de 2015. En effet, alors que leurs parts dans les ventes de produits bio étaient descendues à 31% en 2016, elles sont revenues à 33% en 2017, comme en 2015. Quant aux Grandes et Moyennes Surfaces alimentaires, elles sont en perte de vitesse sur les 10 dernières années, avec des parts de marchés passées de 49% en 2008 à 38% en 2017.

Part de marchés des circuits de distribution au marché bio total  
2008-2017



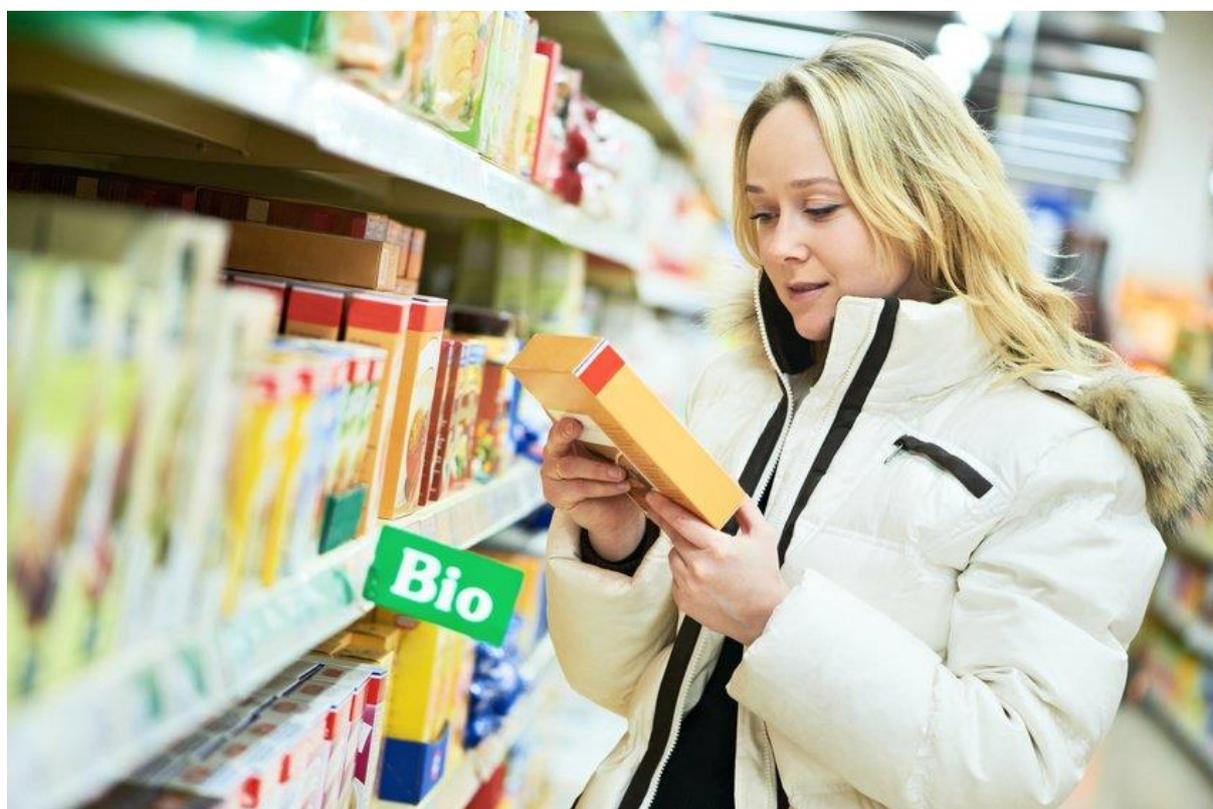
GMS: AH, Alma, Carrefour Planet/GB/Market, Champion, Mestdagh, Colruyt, Cora, Delhaize, Makro, Metro

Source: GfK Belgium

## **Enjeux et développement de la distribution spécialisée bio en Belgique**

En Belgique, la distribution bio est notamment confrontée à la vétusté d'une partie de ses magasins ainsi qu'au manque de structuration de la filière, impliquant de trop nombreux intermédiaires.

Dans un contexte de ralentissement actuel de la croissance des ventes dans la distribution spécialisée bio, aujourd'hui, de nombreux concepts urbains voient le jour pour devenir des « lieux de vie et de consommation durable » et de nouveaux magasins sont créés.



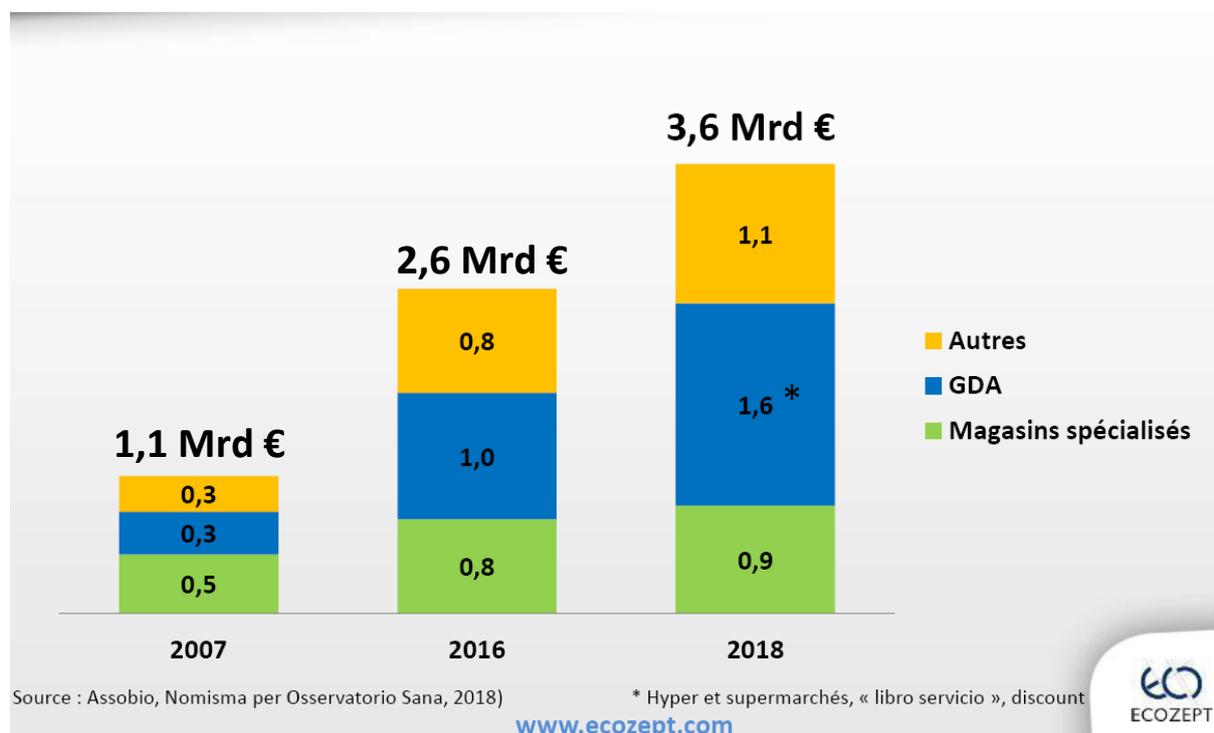
## Le marché bio italien caractérisé par l'importance croissante de la grande distribution

Le marché bio italien est historiquement orienté vers l'exportation. La distribution spécialisée est très fractionnée, avec une seule grande chaîne de magasins bio (NaturaSi), et de nombreuses herboristeries. La grande distribution alimentaire n'est entrée en concurrence avec la distribution spécialisée bio il n'y a que 3 ans de cela.



### Présence accrue de la grande distribution sur le marché bio

Encore peu élevé, avec 3,6 milliards d'euros, le marché italien bio est marqué par la forte émergence de la grande distribution. En 2017, la part de marché du circuit spécialisé bio s'élève ainsi à 25%, contre encore 30% en 2016 et 45% en 2015. En 2018, les ventes de produits bio continuent à progresser dans les hypers et supermarchés alimentaires, de l'ordre de +13% en valeur sur le premier semestre 2018. En GMS, les produits bio représentent environ 4% des ventes globales sur ce début d'année.



## **Enjeux et développement de la distribution spécialisée bio en Italie**

En Italie, le secteur de la distribution bio reste très morcelé, avec de nombreuses petites boutiques historiques. De plus, les consommateurs italiens ont un attachement traditionnel très marqué aux produits issus des terroirs locaux, on parle de « campanilismo ».

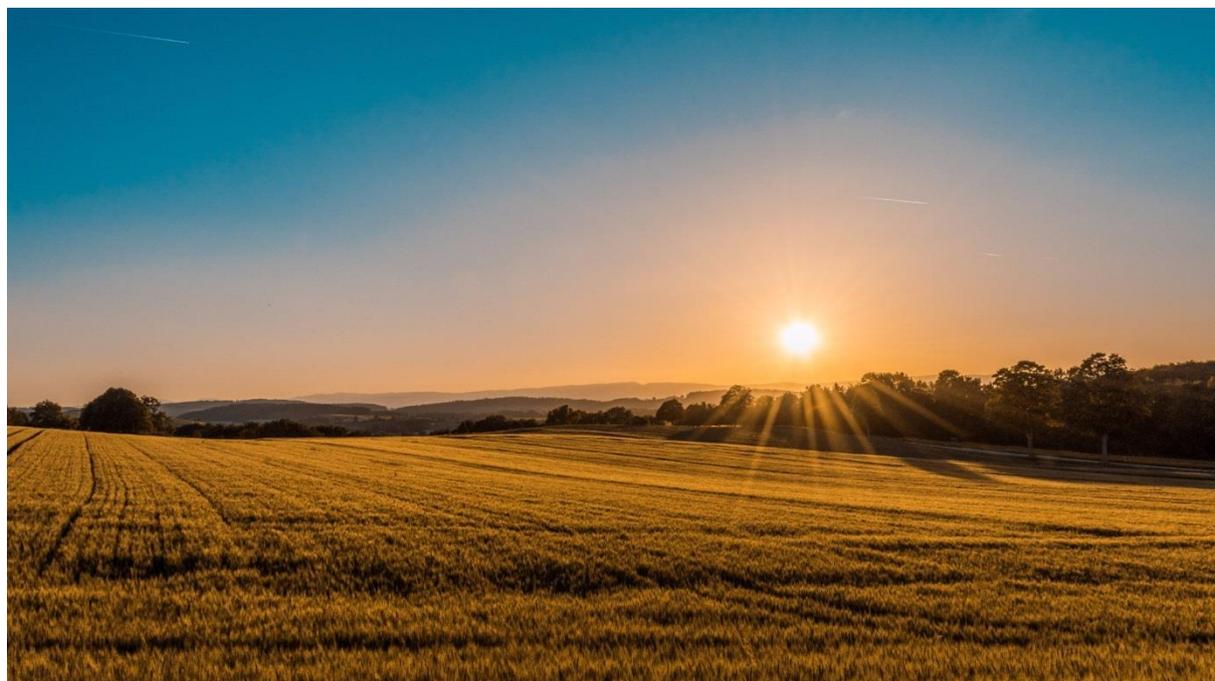
La distribution bio doit aujourd'hui se structurer pour gagner en puissance et nouer de véritables partenariats avec les producteurs locaux. Le circuit de distribution spécialisé bio italien fait actuellement l'objet d'une large vague d'investissements afin de moderniser les magasins. De nouvelles références font leur arrivée dans les rayons et la filière a lancé des études, notamment auprès des consommateurs afin de mieux cerner leurs attentes spécifiques.



## EN SYNTHÈSE : DES PISTES DE DÉVELOPPEMENT POUR LES MAGASINS BIO EN EUROPE

L'étude conduite par Ecozept pour Natexbio permet de dégager des pistes pour développer les magasins bio en Europe. Pour rester le **moteur-novateur de l'agro-alimentaire bio**, la distribution spécialisée bio doit ainsi renforcer son travail en matière de :

- Professionnalisation : gestion, big datas, communication, formation du personnel
- Prise d'initiative en matière de concepts et d'ouverture de points de vente
- Innovation : que ce soit pour les méthodes de distribution ou les produits vendus
- Réconciliation avec les valeurs fondatrices : local, social, militant
- Renforcement des liens avec les filières agricoles
- Affirmation de son positionnement unique en termes de :
  - services et produits,
  - lieux de vente eux-mêmes.



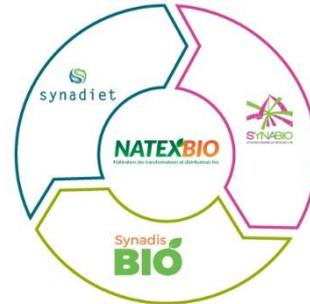
**En savoir plus : NATEXBIO, 3 000 entreprises moteurs de la croissance bio**

*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 3 000 PME/TPE, 20 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 4,5 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.*

*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 F.V.B.*

---

Adocom RP – Service de Presse de NATEXBIO –  
vous remercie de votre attention.  
Tél : 01 48 05 19 00 – Courriel : [adocom@adocom.fr](mailto:adocom@adocom.fr)