



Le rendez-vous international de l'innovation bio



VALENCE, France

6 & 7
avril 2016

4^{ème} édition

En 2016, réenchantons
le consommateur !

   #biondays | www.biondays.com



Avec Organics Cluster, le bio gagne du terrain !
With Organics Cluster, organic is gaining ground!

EDITO

Nous sommes heureux de vous présenter la nouvelle édition de B.I.O. N'Days.

Cet événement créé en 2010 par Organics Cluster n'a cessé de s'affirmer comme un rendez-vous incontournable pour la filière bio. En 2014, vous étiez plus de 300 à assister à la restitution de la première étude prospective consacrée aux marchés des produits biologiques à horizon 2025 et à participer aux 500 rendez-vous d'affaires techniques ou commerciaux.

Aujourd'hui, notre secteur connaît une dynamique extrêmement favorable, il est cependant primordial de prendre le temps de réfléchir à l'avenir de notre filière. Dans une société en forte évolution, nous devons continuer à placer le consommateur au centre de nos stratégies pour renforcer notre développement. Pour ce faire, il est impératif de continuer à innover, à nous différencier, à nous positionner sur de nouveaux marchés et impliquer le consommateur. En parallèle, nous devons anticiper et prendre en compte des risques et des crises potentielles qui pourraient nuire à notre image.

Conçue pour répondre à ces enjeux, l'édition 2016, vous permettra comme en 2014 de bénéficier d'une vision prospective unique du marché bio et, nouveauté, connaître le chemin de développement le plus probable qu'empruntera notre filière. Mais nous vous réservons aussi d'autres exclusivités :

- > une étude réalisée avec un grand cabinet spécialisé pour mieux connaître le consommateur, ses besoins, ses attentes aujourd'hui et demain,
- > des tests consommateurs pour récompenser les produits les plus innovants lors du Testing and Tasting Tour,
- > et des ateliers opérationnels pour mettre en pratique les stratégies gagnantes pour le futur.

Nous vous souhaitons un excellent événement qui nous en sommes sûrs saura répondre à vos attentes et refléter les valeurs qui caractérisent Organics Cluster : pragmatisme, dynamisme, innovation, convivialité... et qui sont primordiales pour des rencontres fructueuses.



Frédéric Vignolet, Président Organics Cluster
Nicolas Bertrand, Directeur du développement



B.I.O. N'Days 2016

Réenchantons le consommateur !

2 JOURS POUR DÉVELOPPER LES MARCHÉS, LES PARTENAIRES,
LES PRODUITS, LES TECHNIQUES OU LES VENTES



Conforté par le succès de la 3^e édition des B.I.O. N'Days en 2014, Organics Cluster, un réseau d'entreprises bio en Rhône-Alpes, renouvelle l'initiative en 2016.



ORGANICS CLUSTER, 1ER RÉSEAU D'ENTREPRISES BIO DE RHÔNE-ALPES

Organics Cluster, association loi 1901 initiée en 2006 a pour objectif de contribuer à la dynamique des entreprises du secteur bio en Rhône-Alpes. Soutenue par la région Rhône-Alpes et d'autres partenaires publics et privés, Organics Cluster est une initiative unique en France et s'articule autour de 3 axes : Informer, Accompagner et Regrouper. Organics Cluster apporte son aide et son expertise aux entreprises rhonalpines du secteur dans le domaine du marketing, de l'international ou encore de la commercialisation. Organics Cluster c'est plus de 150 entreprises adhérentes, 30 actions réalisées en 2014, 25 partenaires et 1 200 k€ de subvention régionale mobilisées pour le financement de projets de PME.

OBJECTIFS 2016

10 pays représentés

350 participants

600 rencontres BtoB

BILAN DES 3 PRÉCÉDENTES ÉDITIONS

B.I.O. N'Days est un événement unique pour l'innovation marketing et technologique des produits biologiques en alimentaire, cosmétique, produits d'entretien et textile en France et à l'international.

Il réunit tous les professionnels des marchés bio au niveau national et international.

Pour les marques participantes et les partenaires de l'événement, c'est un rendez-vous incontournable pour anticiper, innover et échanger sur les produits bio de demain :

- > **Découvrir** les nouvelles tendances émergentes et les futurs possibles des marchés bio à l'horizon 2025.
- > **Participer** à des tables rondes et ateliers thématiques, échanger sur les challenges et les opportunités qui orienteront les projets futurs.
- > **Identifier** de futurs partenaires techniques et commerciaux, dynamiser son réseau.
- > **Tester** en avant-première les innovations en produits biologiques.
- > **Valoriser** son offre auprès des transformateurs, distributeurs, équipementiers, centres techniques...

Des participants au profil international :

décideurs, distributeurs, chefs d'entreprises, producteurs, transformateurs, équipementiers, institutionnels, experts techniques, financeurs...

Tous secteurs :

agro-alimentaire, cosmétique, textile, produits d'entretien...

Un parcours gagnant

- > Des conférences d'expert
- > Des témoignages d'entreprises bio
- > Des rendez-vous d'affaires
- > Un Tasting and Testing Tour
- > Des innovations
- > Des rencontres informelles et conviviales



Programme des conférences B.I.O. N'Days 2016

Ces 2 journées de rencontres proposent des clés pour décrypter les évolutions du marché et les attentes des consommateurs, et des outils pour mettre en place des stratégies gagnantes en communication, marketing et innovation produit.

OBJECTIFS : CONNAÎTRE, FIDÉLISER, CONQUÉRIR, IMPLIQUER, RASSURER... ET RÉ-ENCHANTER LES CONSOMMATEURS.

Ces B.I.O. N' Days 2016 aborderont notamment **le suivi de l'évolution de l'étude prospective « marché Bio à horizon 2025 »** et dévoileront une **étude inédite et exclusive des profils des consommateurs en 2016 de produits alimentaire et cosmétique certifiés bio**. En effet, le secteur des produits biologiques est en croissance continue depuis 2006, fidélise ses consommateurs et en recrute de nouveaux. Dans le cadre des B.I.O N' Days 2016, un portrait précis des consommateurs de produits cosmétiques et alimentaires biologiques à ce jour sera ainsi délivré aux participants. Cette étude réalisée par OPINION WAY et en partenariat avec Cosmébio se déroulera du 27 janvier au 8 février 2016. Un panel de 1000 acheteurs de produits biologiques au cours des 12 derniers mois répondra à des questions précises sur leur style de vie, leurs activités, leurs attentes, leurs préoccupations, leurs motivations, leurs médias préférés... Une nouvelle mine d'informations sera diffusée les 6 et 7 avril pour permettre aux entreprises de développer des produits bio et des stratégies en phase avec le marché.

LES TEMPS FORTS :

- > 11 conférences réunissant des experts et entreprises
- > 2 études inédites
- > Plus de 20 intervenants nationaux et internationaux

MERCREDI 6 AVRIL 2016

9H

Discours d'ouverture

- M. Frédéric VIGNOLET, Président Organics Cluster

PLÉNIÈRE D'OUVERTURE :

4 scénarios pour les « marchés bio en 2025 ». Comment l'avenir se dessine en 2016? Vers quel scénario allons-nous ? Est-il souhaitable pour la filière ?

- Mme Céline LAISNEY - AlimAvenir : www.alimavenir.com

11H

Le bio+++ oui ! Mais quid du consommateur ?

- IFOAM EU : www.ifoam-eu.org
- Mme Cécile GUYOU - BioCohérence : www.biocoherence.fr
- Mme Hélène GABORIT - Maison GABORIT : www.bernardgaborit.fr
- Mme Inka SACHSE Soil & More : www.soilandmore.com

Ré-enchanter la distribution cosmétique bio : attentes des consommateurs et modes de distributions émergents

- Mme Sandrine HALLER - Agence CARREE : www.lagence-carree.com

12H30 – 14H / DÉJEUNER

14H

Innoven en Nutrition-Santé sur le marché Bio : les points-clés pour une stratégie gagnante

- Mme Emilie - NUTRIFIZZ : www.nutrifizz.fr

Le développement des Huiles Quintesens

- M. Sébastien LOCTIN - Biofuture : www.quintesens-bio.com

15H30

Développer des cosmétiques bio avec des formules innovantes

16H30

Panique sur le bio...comment faire face aux crises réelles et supposées sur les produits bio ?

- M. Jean-Marc LEVEQUE- Triballat : www.triballat.fr
- Mme Claire DIMIER VALLET – SYNABIO : www.synabio.com
- Mme Sylvie PIERRE - ISARA et Agence Arjuna : www.isara.fr

18H30 / SOIRÉE « GET TOGETHER »

JEUDI 07 AVRIL 2016

9H

Etude exclusive : Les consommateurs de produits alimentaire et cosmétique bio réalisée par Opinion Way et Senseva pour Organics Cluster et Cosmebio

Connaît-on vraiment le consommateur de produits bio en 2016 ? Comment évoluent leurs modes de consommation ? Comment s'adresser de manière pertinente aux différentes typologies de consommateurs ?

→ Mme Nadia Auzanneau - Opinion Way

11H

Concept et agencement innovant, Implication des consommateurs : des pistes pour réenchanter la distribution de produits bio alimentaires

→ M. Yannick LeBourgeois Biocoop Dada - Paris (10^{ème})

→ Coop Sweden

→ Ms Mette Mecklenburg von Undall - Danish Food Cluster : danishfoodcluster.dk

La cosmétique asiatique : source d'inspiration ?

→ Mme Laura Koepler – Beauté Porcelaine : www.beaute-porcelaine.com

14H30

Co-création avec le consommateur : Impliquer les utilisateurs dans le développement produit pour réussir ses innovations

→ Thibault Liebenguth - AIR

16H30

PLÉNIÈRE DE CLÔTURE : Les professionnels de la transformation et de la distribution présente leur vision pour ré-enchanter le consommateur

→ Mme Roxane Nonque - Féminin Bio

→ M. Guillaume Lecomte - Bonneterre

→ M. Benoit Soury - La Vie Claire

**18H / CLÔTURE
DE B.I.O. N'DAYS 2016**

Rendez-vous B2B pour des partenariats technologiques et commerciaux



et bien d'autres...



TASTING & TESTING TOUR

B.I.O. N'Days offre aux marques présentes une occasion unique de présenter et faire tester leurs innovations avec, pour finalité, de ré-enchanter le consommateur !

En plus des conférences, ateliers thématiques et rendez-vous BtoB, cette manifestation est aussi une occasion exceptionnelle pour les marques de faire tester leurs produits et de valoriser leur offre auprès d'un panel de plus de 400 participants à profil international : des distributeurs, chefs d'entreprises, producteurs, transformateurs, équipementiers, institutionnels, experts techniques.

Tests packagings, tests produits, tests sensoriels : tous les outils pour affiner et lancer ses produits sur le marché !



NOUVEAUTÉ 2016 : LES CONSOMMATEURS TESTERONT LES PRODUITS PRÉSENTÉS ET SÉLECTIONNERONT LE PRODUIT LE PLUS À MÊME DE RÉ-ENCHANTER LES RAYONS BIO !

LE TASTING & TESTING TOUR EN PRATIQUE

AVANT L'ÉVÈNEMENT

Le produit est présenté à un groupe de 15 à 20 consommateurs bio ou non bio (recrutés par Organics Cluster, sur la base du volontariat, notamment parmi la clientèle de magasins bio) lors d'une réunion dédiée.

Ils testent et donnent leur avis sur chaque produit et votent pour les plus innovants (cosmétique et bien-être, alimentaire, textile et/ou produits d'entretien).

Les résultats des tests sont remis à chaque entreprise et de manière confidentielle sur l'événement.

Les résultats des produits qui ré-enchantent les consommateurs seront présentés le 7 avril en conférence de clôture B.I.O. N'Days en partenariat avec un journal grand public : Féminin Bio.

PENDANT L'ÉVÈNEMENT

Le produit est mis en test durant 1 journée au coeur de la manifestation « B.I.O. N'Days ».

Entre rendez-vous B2B et conférences, les 400 participants attendus pourront venir tester à toute heure de la journée les nouveautés présentées !

Les partenaires des B.I.O N'Days

AVEC LE SOUTIEN FINANCIER DE :



PARTENAIRES TECHNIQUES :



LES B.I.O N'DAYS SE DÉROULERONT À L'INEED RHÔNE-ALPES

Quartier Rovaltain TGV

1, rue Marc Seguin / 26300 ALIXAN

(Accès facile sur l'ECOPARC de Rovaltain, situé sur le site de la gare TGV de Valence et le long de l'A49)

POUR EN SAVOIR PLUS : WWW.BIONDDAYS.COM



CONTACT :

Audrey BOUTON

Chargée de projet innovation / Innovation project manager

Mail : abouton@organics-cluster.fr

T: +33 (0)4 75 55 80 11

CONTACT PRESSE : MYBEAUTIFULRP - BEAUTÉ ET BIEN-ÊTRE AU NATUREL - SOPHIE MACHETEAU
22 Sente du Nord - 92410 Ville d'Avray - 01 74 62 22 25 / sophie@mybeautifulrp.com - claire@mybeautifulrp.com