



SAVE THE  
DATE

Pôle Ecotox  
**VALENCE**  
ROVALTAIN  
**4-5 avril**  
**2018**

B.i.O N'Days  
**Le bio en 2030 !**

Quels consommateurs seront les générations Z et Alpha ?

**DOSSIER DE PRESSE**  
**Bilan**

avec le soutien de :



# Le bio en 2030 !

Quels consommateurs  
seront les générations  
Z et Alpha ?

5<sup>e</sup>  
édition

Pôle Ecotox  
**VALENCE**  
ROVALTAIN  
**4-5 avril**  
**2018**

Le rendez-vous international  
pour anticiper, innover et échanger  
sur les produits bio de demain

Ateliers  
thématiques

Tables  
rondes

Rencontres  
BtoB

Tasting &  
Testing Tour



# Bilan de la 5ème édition des B.i.O.N'DAYS

Les 4 et 5 avril 2018, le Cluster Bio accueillait, malgré les grèves, plus de 400 personnes lors de la 5ème édition de B.i.O.N'DAYS, organisée à l'espace Hemera, Pôle Ecotox à Rovatin, Alixan (26). Pour cet événement, étaient présents, des professionnels issus du secteur biologique, des partenaires sociaux et institutionnels, mais aussi des étudiants.

À cette occasion, le **Cluster Bio** a donné la parole à différents acteurs, lors de tables rondes, de conférences et d'ateliers sur des **thèmes abordant le Bio et ses évolutions**, avec le souci constant de rester au plus près des préoccupations des entreprises. B.i.O.N'DAYS c'est aussi un événement international, puisque 8 pays étaient représentés (Belgique, Pays-Bas, Danemark, Espagne, Ukraine, Allemagne, Luxembourg, Outremer) avec plus de **20 participants étrangers**.

## Le Bio : Quel levier de compétitivité et d'avenir pour les acteurs de la filière ?

Cette année, le thème central de B.i.O.N'DAYS était « **Le Bio chez les 18-24 ans en 2030** ». Cette étude a été menée par le Cluster NovaChild et présentée en plénière. Ensuite, sur ce même sujet, une table ronde a été animée par **Sandrine Doppler** avec la participation de la sociologue **Dr Wided Batat**.

Les conférences autour des jeunes ont permis de faire un état des lieux des connaissances et de la perception qu'ont les enfants des produits biologiques, quel est le rôle des parents et quels enjeux se profilent pour les entreprises face à cette nouvelle génération.

Ces 2 jours de réflexion et d'échanges ont éclairé les participants sur différentes problématiques du Bio telles que: le contexte du bio à l'international, l'approvisionnement, les jeunes entrepreneurs, la cosmétique ou encore les nouveaux lieux innovants...

Les experts intervenants, étant issus d'entreprises ou d'organisations telles que **Emile Noel, Carrefour, Fleury Michon, Cosmebio, Bonneterre et Cie, Naturalia ou encore Organic Denmark...**

ont pu partager leurs connaissances des marchés.

B.I.O.N'DAYS  
c'est aussi 240  
rendez-vous d'affaire  
entre professionnels (avec plus  
de 20 distributeurs présents) et le  
Tasting & Testing Tour, un moment  
chaleureux, de partage et  
d'échange sur B.i.O.N'DAYS.



## B.i.O. N'DAYS 2018

Fort du succès de la 4<sup>e</sup> édition de B.i.O. N'DAYS en 2016, Le Cluster Bio a renouvelé l'événement en 2018.



### Une édition marquée par la jeunesse !

Réalisée par le Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes avec l'expertise du Cluster Nova Child (réseau européen transversal fédérant entreprise, recherche et formation en faveur de l'innovation pour les enfants et la famille), cette étude met en lumière la perception des produits bio par les enfants, les usages et comportements et l'attachement envers le bio.

On s'aperçoit que les enfants ont une très bonne connaissance théorique du bio, une bonne image de celui-ci ainsi que des habitudes bio positives. On constate également que les lieux de rencontres du bio sont multiples et complémentaires. En revanche, le goût et les saveurs ne sont pas toujours adaptés aux enfants, la communication sur le bio ne leur est que très rarement destinée, l'absence de produits locomotives et un univers qui ressort comme anxiogène pour les enfants sont des points faibles.

### Suivi Prospectif

Le Cluster Bio travaille depuis 2014 sur une étude prospective qui vise à anticiper le marché bio de 2025 en faisant évoluer un scénario tendanciel autour de différentes variables sur la consommation, la distribution, le soutien des pouvoirs publics, l'évolution du pouvoir d'achat. Ce travail permet de mettre en relief les évolutions qui gravitent autour du marché des produits biologiques.

Après avoir vu lors du précédent suivi le « bio gagnant » en 2016, c'est aujourd'hui un « bio partagé » tendanciel de 2014 qui semble être le plus proche de la réalité en 2018.

**Retrouvez toutes les synthèses des conférences page 10 et 11.**



**B.I.O. N'DAYS  
2018 C'EST :**

**8 pays représentés**  
**400 participants**  
**240 rencontres BtoB**

## LES TEMPS FORTS EN 2018

- Des **conférences d'experts** internationaux
- Des **retours d'expériences gagnantes** par des professionnels
- Des **ateliers thématiques** pour acquérir des outils pratiques
- Des **rendez-vous BtoB** en face à face : entreprises, distributeurs, fournisseurs, experts, financeurs...
- Le **Tasting and Testing Tour** permet de découvrir des innovations produits et rencontrer leurs créateurs
- Une **soirée conviviale** : Get together



## LE PUBLIC CIBLÉ

**B.i.O. N'DAYS réunit tous les professionnels du marché bio aux niveaux national et international, en agroalimentaire, cosmétique, textile et produits d'entretien.**

- Les producteurs, transformateurs, industriels
- Les distributeurs (GMS, distribution spécialisée, grossistes...)
- Les fournisseurs d'équipements de technologies, d'emballage, fournisseurs d'ingrédients
- Les ingénieurs de centres techniques, responsables de laboratoires de recherche...
- Les prestataires de services et experts spécialisés innovation et marketing
- Les organisations professionnelles et développeurs économiques institutionnels
- Les financeurs du développement des entreprises



## B.I.O. N'Days : le Tasting & Testing Tour, une sélection d'innovations !



Le Tasting and Testing Tour est un moment exceptionnel de B.I.O. N'DAYS pour faire découvrir et tester ses produits à la fois par des professionnels du secteur et par des consommateurs. Une occasion unique de bénéficier d'un retour d'expérience immédiat et permettre d'adapter son offre ou d'innover en répondant parfaitement aux attentes du marché.



### Un prix de l'innovation !

Les professionnels ont voté pour le meilleur produit par catégorie, le plus à même de séduire la nouvelle jeune génération de consommateurs bio :

3 catégories

- Fast, simple & casual
- Creative
- Up-cycling

Et un prix spécial, toute catégorie, décerné par un collectif de jeunes consommateurs recrutés par le Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes.

## B.I.O. N'Days permet de tester les innovations et captiver la nouvelle génération de consommateurs bio !



### Critères de sélections

Pour participer, le produit doit être certifié biologique (ou en cours de certification) et peut concerner tous les domaines (textile, agroalimentaire, cosmétique et produits d'entretien). Les produits peuvent être en cours de développement, en phase de lancement ou distribués depuis moins d'un an.

Pour cette édition 19 entreprises ont été sélectionnées :

#### Fast, Simple & Casual



#### Creative



#### Up-cycling



### Les Lauréats 2018 :

#### Fast, Simple & Casual



#### Creative



#### Up-cycling



#### Prix spécial des jeunes consommateurs:



Le spécialiste du Ravintsara  
www.betsara.com

Les B.I.O. N'DAYS, un événement organisé par :



## L'écosystème des entreprises bio

Auvergne-Rhône-Alpes figure au premier rang des régions françaises pour l'agriculture biologique par la richesse et la diversité de ses terroirs, par le nombre de ses exploitations et la qualité de ses entreprises de production ou de transformation : **alimentaires, cosmétiques, produits d'entretien et de bien-être, textiles...**

Pour valoriser ce secteur, la région Auvergne-Rhône-Alpes a initié un cluster en 2006, animé par des entreprises et des experts, résolument tourné vers les marchés.

La mission du Cluster Bio - Auvergne-Rhône-Alpes (association loi 1901) est triple :

- favoriser l'émergence d'initiatives ou d'innovations,
- apporter des ressources et une assistance permanente aux entreprises adhérentes,
- rassembler, pour promouvoir le bio d'Auvergne-Rhône-Alpes en France et à l'international.



**Informier, accompagner, regrouper : le Cluster Bio accélère tous les projets.**

Le Cluster Bio est le point de convergence et de référence  
des acteurs du bio en Auvergne-Rhône-Alpes



#### Contact

[apetit@cluster-bio.com](mailto:apetit@cluster-bio.com) 04 75 55 80 11

Bâtiment INEED - 1, rue Marc Seguin - 26300 ALIXAN (France)

[www.cluster-bio.com](http://www.cluster-bio.com)





Le rendez-vous international de l'innovation bio



Pour plus d'informations

Contact presse :

**Abdullah Alim**

+33 (0)4 75 55 80 11  
aalim@cluster-bio.com

Organisation :

**Adrien Petit**

+33 (0) 4 75 55 80 11  
apetit@cluster-bio.com

[www.biondays.com](http://www.biondays.com)

avec le soutien de :



# SYNTHÈSE CONFÉRENCES ET ATELIERS

## DISCOURS D'OUVERTURE DE LA CINQUIÈME ÉDITION DE B.i.O. N'DAYS

Marie-Pierre MOUTON, Présidente du Conseil Départemental de la Drôme, en charge de l'aménagement du territoire et de l'aide aux communes, a introduit la journée, suivi de **Claude AURIAS**, Conseiller Délégué à l'Économie de proximité à la Région AURA, **Marie-Hélène THORAVAL**, 1ère Vice-Présidente de Valence Romans Agglo. Ensuite **Brigitte MAGNAT**, Présidente du Cluster Bio et **Adrien PETIT**, Directeur du Cluster Bio, ont posé les grands enjeux du Bio.

## PLÉNIÈRE - À LA DÉCOUVERTE DE LA GÉNÉRATION BIO...

**Présentation de l'étude exclusive du Cluster Bio : «Le bio chez les 18-24 ans en 2030»**

Cf. page 4

## TABLE-RONDE : QUELLE STRATÉGIE POUR SATISFAIRE LES ATTENTES DE LA NOUVELLE GÉNÉRATION ?

Les participants de cette table-ronde ont partagé leurs regards et expériences pour répondre aux grands enjeux de l'étude pour le marché bio français.

**Animation : Sandrine Doppler, Fondatrice Elles sont Foods/Cannelle Innovation**

**Intervenants :**

**Stéphanie Guilloneau, Directrice des achats et de l'offre Naturalia**

**Julie Potier, Directrice Générale Bio Consom'acteurs**

**Dr Wided Batat, Author & Digital Customer Experience Expert, B&C Consulting Group**

**Julia Passot, Responsable communication et rédactrice, Le Blog de la Turbine**

## LES JEUNES ET LE BIO, VISION À L'INTERNATIONAL

Sophie de Reynal (Nutrimarketing) et Pernille Bundgard (Organic Danemark) intervenantes lors de la table ronde « Les jeunes et le bio, vision internationale » ont mis en avant les comportements de consommation des générations Y, Z et Alpha dans le monde, avec un focus sur le modèle Danois. Selon les données de « Grand view research », le marché mondial des produits biologiques est attendu à 320.5Mds d'\$ en 2025, porté par les générations Y, Z et Alpha.

Toutefois la perception des produits biologiques dans le monde, présenté par Sophie de Reynal, diffère d'une région à l'autre et d'une génération à l'autre. Par exemple en France comme en Inde, la première motivation de consommation bio est la santé, en Allemagne c'est le bien-être animal, en Chine, le bio est vu comme un facteur d'amélioration de l'environnement et aux Etats-Unis c'est la demande des produits sans OGM.

## TABLE-RONDE : PLACE AUX JEUNES... ENTREPRENEURS !

Aujourd'hui nous assistons au développement d'une nouvelle génération d'entrepreneurs dont le bio est l'une des composantes de leur modèle managérial.

Quelle est leur façon d'innover, de développer et de coopérer ? Comment bousculent-ils les codes de la communication ? Quel impact sur les jeunes ?

Dans un premier temps, il existe de nombreux marqueurs

générationnels et sociétaux de ces nouvelles générations. De l'éducation, à internet, à la culture du réseau (collaboration), en passant par la culture de l'effort qui s'illustre par « réussir rapidement », tous ces marqueurs illustrent les changements de génération.

**Animation : Christelle Thouvenin, Journaliste et Consultante CT CONSEIL**

**Intervenants :**

**Mewan Melguen, PDG de Nature France**

**Louis Brauer, Co-fondateur de Cosmoz**

## NOUVEAUX LIEUX INNOVANTS POUR TRANSFORMER, DISTRIBUER ET CONSOMMER BIO

Raphaël Besson (Directeur de l'agence Villes et Innovation) nous a présenté lors de sa conférence, les tiers-lieux et les nouveaux modèles territoriaux de l'innovation. La notion de Tiers Lieux a été construite par le sociologue Ray Oldenburg en 1989. Les tiers-lieux sont de lieux hybrides en ville, qui ne relèvent ni du domicile, ni du travail et qui se situent entre l'espace privé et public. Cette notion connaît aujourd'hui un regain d'intérêt : un espace hybride facilitant la rencontre d'acteurs hétérogènes.



# SYNTHÈSE CONFÉRENCES ET ATELIERS

## SUIVI PROSPECTIF : LES SCÉNARIOS DU CLUSTER BIO À L'HORIZON 2025

Le cluster bio travaille depuis 2014 sur une étude prospective qui vise à anticiper le marché bio de 2025 en faisant évoluer un scénario tendanciel autour de différentes variables sur la consommation, la distribution, le soutien des pouvoirs publics, l'évolution du pouvoir d'achat.

Ce travail permet de mettre en relief les évolutions qui gravitent autour du marché des produits biologiques :

Les 4 scénarios

- Bio partagé
- Bio gagnant
- Bio business
- Bio dilué
- Croissance du marché bio malgré des prix toujours perçus comme un frein. Les consommateurs changent leurs habitudes d'achats pour intégrer le bio
- Croissance des aides publiques et investissement des collectivités territoriales
- Arrivée des acteurs de l'agro-industrie sur le marché avec des notions de filières France pour rassurer le consommateur.
- Le bio reste une locomotive de la croissance et des tendances de consommation : santé, naturalité, vegan, free from, locavorisme, raw food, superaliments,...
- Rachat d'entreprise du bio et concentration sur le plan national et international
- Arrivée de la GMS dans le bio avec des stratégies de développement stratégiques
- Développement de nouveaux labels : non bio mais sans pesticides
- Les scandales alimentaires qui profitent au bio et notre secteur toujours épargné par une crise potentielle malgré les attaques que l'on peut avoir sur les résidus de pesticides, les abattoirs certifiés bio...

Après avoir vu lors du précédent suivi le « bio gagnant » en 2016, c'est aujourd'hui un « bio partagé » tendanciel de 2014 qui semble être le plus proche de la réalité en 2018... mais n'oublions : tous les scénarios sont encore possibles d'ici 2025

**Présentation : Adrien Petit, Directeur du Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes et l'équipe du Cluster Bio**

## TABLE-RONDE : QUELS MODÈLES POUR CONSOLIDER ET SÉCURISER LES APPROVISIONNEMENTS ?

Face à une demande croissante du marché alimentaire et cosmétique, la consolidation et la sécurisation des approvisionnements sont des enjeux majeurs pour conserver des niveaux d'exigence élevés pour le bio.

**Animation : Jean-Baptiste Traversac, Économiste spécialiste des filières AGROPARISTECH**

**Intervenants :**

- Matthieu Meekel, Directeur des achats et filières du Groupe Fleury Michon
- Eric Farino, Responsable Développement Agricole de Carrefour France
- Hervé Mucke, Directeur des achats Emile Noël

## TABLE-RONDE : PERCEPTION DES JEUNES VIS-À-VIS DES LABELS COSMÉTIQUES

Quelle perception par les jeunes générations ?

Qu'est ce que la cosmétique bio ? Des marques pionnières avec

une culture biodynamique, qui prônent le naturalisme et le respect de la nature. Il y a un réel boom des labels en cosmétique bio, dont les plus connus sont Cosmébio, Ecocert et Natrue.

Aujourd'hui les jeunes font de plus en plus attention aux produits qu'ils consomment et font confiance aux labels mais cette jeunesse fait aussi énormément confiance aux influenceurs.

**Animation : Laurence Wittner, directrice de l'Observatoire des cosmétiques**

**Intervenants :**

- Nicolas Bertrand, Directeur de Cosmebio
- Claudine Colin, Co-fondatrice My Clean Beauty
- Asmae, Rédactrice Taki it Green
- Virginie Vinet, Fondatrice et présidente Lady Green

## LES PERSPECTIVES POUR LA FORMULATION BIO DE DEMAIN : INNOVER PAR L'INGRÉDIENT !

Gaëlle Frémont, fondatrice d'Ingrébio, a mis en lumière les grandes tendances qui orientent l'innovation des ingrédients alimentaires, grâce à ses prestations de conseil, de veilles et de rédaction associées à un réseau d'experts de la filière biologique. Ces tendances sont : le vegan, l'alternative au lait, la Raw food, le sans gluten... Ces modes nous dirigent jour après jour vers des ingrédients plus naturels, vers des filières plus durables, vers une révolution globale de l'agriculture.

## MA VIE EN BIO !

Les jeunes générations ont une vision large de la Bio qui regroupe : produits récoltés-fabriqués-recyclés sur place, création de ceintures périurbaines et de toits jardins, mais aussi l'Anti-gaspillage, le zéro déchet, le vrac...

**Intervenants :**

- Céline Perron, La Bonne Pioche
- Célia Rennesson, Réseau vrac
- Beena Paradin, Beendhi

## ATELIER-CONFÉRENCE : BIO ET CONNECTÉE ?

Dans un monde où la digitalisation se généralise, les consommateurs ont de nouvelles habitudes et des opportunités émergent pour les entreprises bio.

Aujourd'hui les consommateurs utilisent leurs smartphones ou leurs objets connectés pour 4 types d'usages.

Instagram, le réseau social de l'esthétique ou la cuisine collaborative font totalement parti du partage d'expérience, les consommateurs ont besoin de partager le moment présent. Les différentes tendances sociales prouvent que la digitalisation est aujourd'hui une des clés de la réussite.

**Présentation : Xavier Masclaux, Chef de projets Le Moulin Digital**

