



*Étude exclusive Natexbio / Asterès*

## LA BIO PREND DE L'AMPLEUR : UNE CROISSANCE HORS DU COMMUN SUR TOUS LES SEGMENTS DU MARCHÉ

La bio connaît un succès sans précédent en France. La récente étude exclusive menée par le cabinet Asterès pour Natexbio<sup>1</sup>, la fédération des entreprises de transformation et de distribution de produits biologiques et écologiques, montre que tous les secteurs bio sont concernés par une croissance exceptionnelle. Les entreprises françaises de transformation de l'agroalimentaire, des cosmétiques, des compléments alimentaires, des produits d'hygiène comme des textiles bio ont toutes vu leur activité faire un bond sans précédent ces dernières années.

Bien entendu, le **segment agroalimentaire**, qui constitue le marché traditionnel de la transformation bio, est le premier concerné par cet essor record et enregistre de nombreuses créations d'entreprises. Le chiffre d'affaires de ces entreprises de transformation agroalimentaire bio enregistre une **croissance à deux chiffres en « sortie d'usine » : +18% en 2014 et +15% en 2015**. Un dynamisme remarquable dans un contexte difficile : à titre de comparaison, le chiffre d'affaires global de l'industrie agroalimentaire en France est en effet atone sur ces périodes : +1% en 2014 et 0% en 2015. En 2015, les entreprises de transformation de produits agroalimentaire bio en France ont ainsi réalisé un chiffre d'affaires de 3,5 milliards d'euros en « sortie d'usine ».

Ces entreprises font preuve d'une vitalité exceptionnelle : leurs effectifs ont augmenté de +11% entre 2012 et 2015 et leurs investissements ont progressé de +80% en 2014 et de +50% en 2015 vs 2014. Ce sont également des entreprises innovantes, dont les produits sont inscrits au cœur de l'actualité pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs : plus d'1 sur 2 a lancé un nouveau produit en 2015 et en 2014.

Les nouveaux marchés de la transformation de produits biologiques connaissent également une croissance des plus soutenues. La production de **cosmétiques bio** a ainsi progressé de **+10% en valeur en 2015** et constitue un segment particulièrement innovant puisque près de 9 entreprises sur 10 ont lancé un nouveau produit dans l'année. Les effectifs employés dans les entreprises interrogées ont progressé à un rythme similaire au chiffre d'affaires avec une hausse de +12% en 2015.

<sup>1</sup> Les données présentées par Asterès sont issues du croisement entre une enquête menée auprès des entreprises certifiées bio, l'analyse des comptes déposés aux tribunaux de commerce, des données transmises par les fédérations professionnelles et le travail d'experts sectoriel.

De leur côté, les **compléments alimentaires**, qui constituent le marché où la bio a la plus forte pénétration avec 15% des ventes en France, ont vu leur production croître de **+5% en valeur en 2015 vs 2014**.

Quant aux produits d'**entretien bio**, ils gagnent progressivement du terrain dans les paniers des ménages. Un ménage consommateur de bio sur deux en a acheté en 2014, contre seulement un tiers en 2013<sup>2</sup>, et leur production a crû de **+13% en valeur en 2015**.

Enfin, secteur moins développé et moins structuré, la filière du **textile bio** a également connu une croissance de **+3% en valeur en France en 2015**.

## **LES ENSEIGNES BIO EN PLEIN ESSOR : +14% DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2015**

La progression globale des transformateurs certifiés bio repose notamment sur les réseaux de distribution spécialisée, premier facteur de croissance des ventes en France. Les enseignes bio en réseau connaissent une trajectoire similaire aux transformateurs : hausse du chiffre d'affaires (+14% en 2015), amélioration des marges (de 2,1% en 2013 à 4,1% en 2015) et accélération de la capitalisation (+25% en 2015). Aujourd'hui, les marges des magasins spécialisés bio et les marges des grandes surfaces alimentaires sur les produits bio sont supérieures aux marges sur les produits conventionnels.

## **TRANSFORMATION ALIMENTAIRE BIO : UN DYNAMISME EXCEPTIONNEL**

Les transformateurs de produits agroalimentaires bio connaissent une phase de mutation exceptionnelle avec des gains de productivité historiques : hausse de 40% de la productivité en trois ans et des taux élevés de lancement de nouveaux produits (53% des entreprises de l'échantillon interrogé par Asterès pour Natexbio ont lancé un produit dans l'année). Cette mutation considérable du tissu productif bio dans l'agroalimentaire implique une évolution structurelle des entreprises. La capitalisation des entreprises de transformation augmente ainsi rapidement, +10% en 2015, et leurs taux de marge<sup>3</sup> s'améliorent : de 2,8% en 2013 à 3,4% en 2015.

<sup>2</sup> Source : Baromètres Agence BIO / CSA 2015 et 2013

<sup>3</sup> Mesurés ici par le ratio résultat de l'exercice / chiffre d'affaires.

## LA CONSOMMATION BIO : UNE TENDANCE DE FOND

D'après les chiffres publiés par l'Agence Bio, la consommation bio a largement conquis les Français. En 2015, la Bio a ainsi enregistré un taux record de consommateurs. 9 Français sur 10 (89 %) consomment des produits alimentaires bio, au moins occasionnellement, alors qu'ils n'étaient encore que 54 % en 2003. 65 % des Français en consomment régulièrement, au moins une fois par mois, contre 37 % en 2003.<sup>4</sup>

Véritable tendance de fond, la consommation bio s'inscrit dans une démarche de consommation durable, relevant d'un engagement citoyen. Les consommateurs bio achètent davantage que la moyenne des Français des écoproduits autres qu'alimentaires, fabriqués à partir d'ingrédients bio : 82 % déclarent en acheter, vs 68 % des Français.<sup>4</sup>

 **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](mailto:adocom@adocom.fr) - site : [www.adocom.fr](http://www.adocom.fr)  
Qualification : Agence Certifiée OPQCM

---

<sup>4</sup> Baromètre Agence BIO / CSA 2015

## SOMMAIRE

### EXCLUSIF : LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE ÉCONOMIQUE NATEXBIO / ASTERÈS SUR LE SECTEUR DE LA TRANSFORMATION DES PRODUITS BIO

- LA TRANSFORMATION AGROALIMENTAIRE BIO : UNE PROGRESSION SPECTACULAIRE p.6
- LA VAGUE DU SUCCÈS BIO S'ÉLARGIT À TOUS LES SECTEURS : DISTRIBUTION, COSMÉTIQUES, COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES, PRODUITS D'ENTRETIEN ET TEXTILES p.11

### NATEXBIO : DES PROFESSIONNELS AU SERVICE DES MÉTIERS DU BIEN-ÊTRE

- NATEXBIO : LA REPRÉSENTATION ACTIVE DE 3 000 ENTREPRISES p.19
- 3 SYNDICATS PROFESSIONNELS RÉUNIS p.19
- DES PROFESSIONNELS À L'ÉCOUTE DU MARCHÉ p.20
- DES MISSIONS AU SERVICE DU BIEN-ÊTRE p.20

**EXCLUSIF : LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE ÉCONOMIQUE  
NATEXBIO / ASTERÈS  
SUR LE SECTEUR DE LA TRANSFORMATION  
DES PRODUITS BIO**

# LA TRANSFORMATION AGROALIMENTAIRE BIO : UNE PROGRESSION SPECTACULAIRE

Transformateurs bio agroalimentaire	2014	2015
Chiffre d'affaires bio	3,1 Milliards €	3,5 Milliards €
Evolution du chiffre d'affaires bio	+18%	+15%
Part du chiffre d'affaires bio exporté	7%	7%
Evolution des effectifs	+3%	+5%
Evolution des investissements	+80%	+50%
Part des entreprises ayant lancé un nouveau produit bio	52%	53%
Résultat de l'exercice / Chiffre d'affaires	2,9%	3,4%
Evolution des capitaux propres	+8%	+10%

Source : Enquête Natexbio/Asterès et Greffes des tribunaux de

## MÉTHODE

Les données présentées ici par Asterès sont issues de deux sources. D'une part, une enquête qualitative menée auprès d'un panel représentatif d'entreprises certifiées bio. Cette année, 98 transformateurs agroalimentaires ont répondu à cette enquête. D'autre part, une analyse quantitative menée par les économistes d'Asterès à partir des comptes déposés aux tribunaux de commerce par plus de 1050 entreprises agroalimentaires certifiées bio.

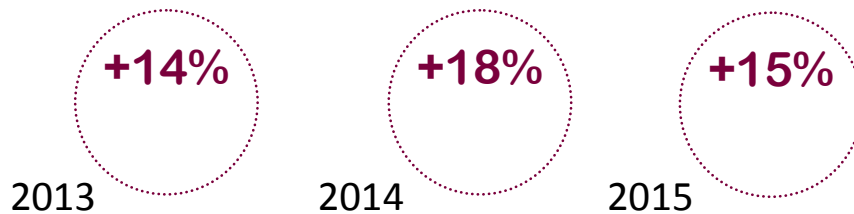
Dans le détail, l'évolution du chiffre d'affaires bio, la part des exportations dans ce chiffre d'affaires bio, l'évolution des effectifs, l'évolution des investissements et le lancement de nouveaux produits bio sont des informations issues de l'enquête. La marge, calculée par le ratio entre résultat de l'exercice et chiffre d'affaires, ainsi que l'évolution des capitaux propres sont des informations issues des comptes déposés aux tribunaux de commerce.

## LA CROISSANCE DE LA PRODUCTION AGROALIMENTAIRE BIO ALIMENTÉE PAR LA DEMANDE DES FRANÇAIS

### Une croissance exceptionnelle dans le secteur de l'agroalimentaire

Les transformateurs de produits biologiques connaissent une croissance rare pour un segment agroalimentaire en France. D'après l'enquête Asterès/Natexbio menée auprès d'un échantillon représentatif d'entreprises, le chiffre d'affaires bio des transformateurs a augmenté de **14% en 2013<sup>5</sup>, de 18% en 2014 et de 15% en 2015**. À titre de comparaison, le chiffre d'affaires global de l'industrie agroalimentaire en France a connu une croissance atone sur cette période (1% en 2013, 1% en 2014 et 0% en 2015). La bio constitue donc un relais de croissance fort dans le secteur.

Chiffre d'affaires bio des transformateurs agroalimentaires



Source : Enquête Natexbio/Asterès

### Une croissance inscrite dans la durée

Le marché global de la transformation agroalimentaire de produits biologiques pesait **3,1 milliards d'euros en 2014 et 3,5 milliards d'euros en 2015**. Ce chiffre représente la production de denrées et produits transformés en « sortie d'usine ».

Et la progression devrait se poursuivre en 2016. D'après les derniers chiffres de l'Agence Bio, le marché global de la consommation alimentaire bio en France (consommation finale, avec produits importés, coûts et marges des distributeurs ainsi que la TVA appliquée au produit vendu<sup>6</sup>) a en effet enregistré une progression de l'ordre de +20 % au 1<sup>er</sup> semestre 2016 comparé à la même période de 2015, déjà très dynamique.

Chiffre d'affaires bio des transformateurs agroalimentaires



Source : Enquête Natexbio/Asterès

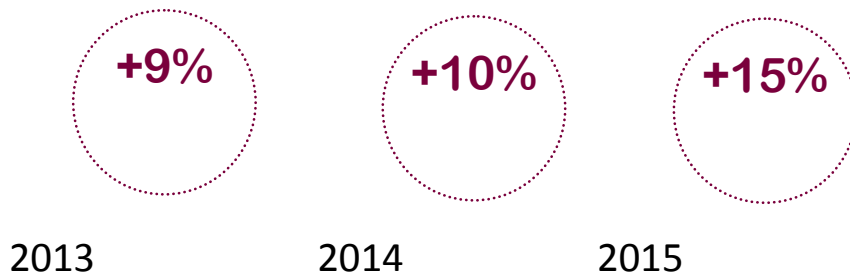
<sup>5</sup> Données publiées dans l'enquête Asterès précédente *La transformation bio au défi de la croissance*, Avril 2015.

<sup>6</sup> La différence entre la production française bio et le marché de consommation finale s'explique donc par : 1) La TVA qui s'élève à 5,5% pour les produits bio. 2) Les coûts et les marges des distributeurs qui représentent 21% du prix de vente des produits bio (en appliquant la répartition des ventes bio aux structures de coût des grandes surfaces alimentaires, magasins spécialisés en réseau, magasins spécialisés indépendants, artisans-commerçants et vente directe). 3) Les importations qui représentent 24% du marché de consommation finale. 4) Les exportations qui s'élèvent à 435 millions € en 2015.

## Une croissance tirée par la demande intérieure

Cette croissance de la production alimentaire biologique est tirée par la consommation intérieure. D'après les chiffres publiés par l'Agence Bio, les ventes de produits bio en France ont augmenté de 8,7% en 2013, 10,2% en 2014 et 14,7% en 2015<sup>7</sup>.

Consommation de produits biologiques en France



Source : Agence Bio

D'après l'enquête Asterès/Natexbio, 7% du chiffre d'affaires bio est exporté (en grande majorité, les entreprises bio qui exportent appartiennent au secteur des boissons).

Part du chiffre d'affaires bio exporté



Source : Enquête Natexbio/Asterès

<sup>7</sup> Chiffres Agence BIO septembre 2016.

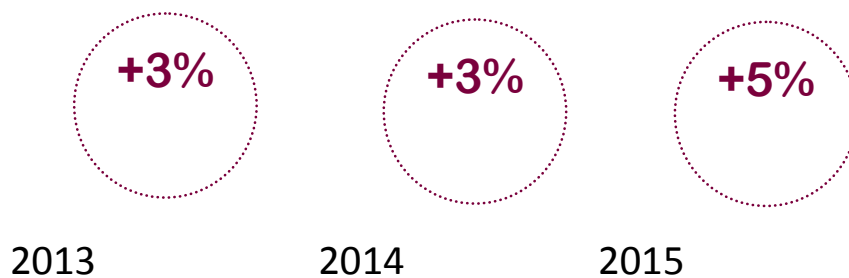


## UN SECTEUR DYNAMIQUE À TOUS LES NIVEAUX : INVESTISSEMENTS, RECRUTEMENTS, PRODUCTIVITÉ, INNOVATION

### Des effectifs en hausse de +11% en 3 ans

Les effectifs ont crû de 11% entre 2012 et 2015. Dans le même temps, le chiffre d'affaires du segment a augmenté de 55%, la productivité des transformateurs de produits biologiques a donc fortement augmenté avec une hausse de 40% de la productivité de chaque employé en 3 ans. Ainsi, quand un salarié produisait 1 unité en 2012, il en produit 1,4 en 2015.<sup>8</sup>

Croissance des effectifs chez les transformateurs de produits biologiques

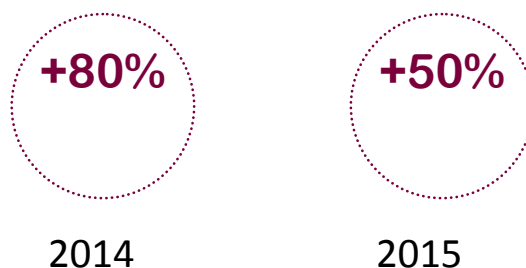


Source : Enquête Natexbio/Asterès

### +50% d'investissements entre 2014 et 2015

Les forts gains de productivité mesurés chez les transformateurs de produits bio s'expliquent par la croissance marquée de l'investissement des entreprises. D'après l'enquête Asterès/Natexbio, l'investissement des transformateurs a augmenté de 80% en 2014 et de 50% en 2015. La formidable dynamique constatée s'explique par la croissance de la demande, par un niveau antérieur de mécanisation parfois faible (comparé notamment au reste de l'industrie agroalimentaire) et par une opportunité fiscale avec la mesure de « sur-amortissement Macron », qui a incité nombre d'entreprises à investir en 2014 et 2015<sup>9</sup>.

Investissement des transformateurs de produits biologiques



Source : Enquête  
Natexbio/Asterès

<sup>8</sup> Ces chiffres sont issus de l'enquête Asterès et pourraient subir un biais difficile à corriger dès cette année. Les transformateurs bio ayant souvent une part d'activité non-bio, ils peinent à comptabiliser les effectifs affectés à la bio. Des phénomènes de non-comptabilité ou de déversement d'une activité vers l'autre pourraient fausser les chiffres et sous-valoriser les créations d'emplois sur l'activité bio. En conséquence les gains de productivité seraient plus faibles qu'annoncés.

<sup>9</sup> L'investissement total des entreprises françaises, mesuré par l'Insee sous le vocable de FBCF des Entreprises non-financières, a ainsi augmenté de 1% en 2014 et de 2,7% en 2015.

## Des innovations pour plus d'1 entreprise sur 2 en 2015

La stratégie d'investissement menée par les transformateurs bio se matérialise dans le lancement de nouveaux produits. L'innovation des acteurs est forte puisque **52% des entreprises interrogées ont lancé un nouveau produit bio en 2014 et 53% en 2015**. La nécessité d'innover pour les transformateurs est signe d'une nouvelle concurrence.

Part des entreprises interrogées ayant lancé un nouveau produit bio



Source : Enquête Natexbio/Asterès

## LA VAGUE DU SUCCÈS BIO S'ÉLARGIT À TOUS LES SECTEURS : DISTRIBUTION, COSMÉTIQUES, COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES, PRODUITS D'ENTRETIEN ET TEXTILES

Chiffre d'affaires	2014	2015
Distribution spécialisée	+13%	+14%
Production de cosmétiques bio	+8%	+10%
Production de compléments alimentaires bio	+6%	+5%
Production de produits d'entretien ménager bio	+25%	+13%
Production de textiles bio	+2%	+3%

Source : Enquête Natexbio/Asterès et Greffes des tribunaux de commerce

### MÉTHODE

Les données présentées ici par Asterès sont issues du croisement entre une enquête auprès des entreprises certifiées bio, l'analyse des comptes déposés aux tribunaux de commerce, des données transmises par les fédérations professionnelles et le travail d'experts sectoriel.

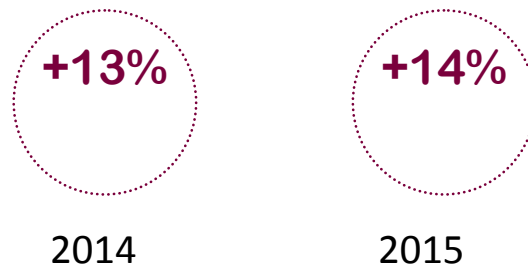
Dans le détail les chiffres concernant la Distribution spécialisée sont issus de l'analyse des comptes de plus de 420 distributeurs spécialisés. Ceux de la production de Cosmétique bio sont issus d'une enquête auprès des adhérents de Cosmebio (10 entreprises répondantes) et de l'étude des comptes de 180 entreprises. Les données sur les Compléments alimentaires proviennent de la fédération Synadiet et de l'analyse des comptes de 30 producteurs certifiés bio. Les chiffres concernant le marché des Produits d'entretien ménager bio sont issus de l'analyse des comptes de 20 acteurs du secteur. Enfin, les données sur la production de Textiles bio proviennent du travail d'Anne Dupuy et de l'analyse des comptes de 40 entreprises.

## LA DISTRIBUTION SPÉCIALISÉE GUIDE LA CROISSANCE DE LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES

La croissance de la transformation bio en France est tirée par la consommation. **Le développement des réseaux de distribution a joué un rôle central dans l'accès aux produits bio et dans la croissance de la consommation.** La distribution se répartit entre les grandes et moyennes surfaces « classiques » (45% du marché), les réseaux de distribution spécialisés bio (36%), la vente directe (14%) et les artisans-commerçants (5%)<sup>10</sup>. Puisqu'elle se concentre sur les produits bio et constitue donc une contribution économique directe de la bio à la richesse nationale, c'est la distribution spécialisée qui nous intéresse ici.

**La distribution spécialisée bio connaît une trajectoire similaire à la transformation bio : croissance de l'activité, hausse des marges, augmentation des capitaux propres. En 2014, le chiffre d'affaires de la distribution spécialisée a ainsi crû de 13% et en 2015 de 14%**<sup>11</sup>. À titre de comparaison, l'activité des supermarchés en France a augmenté de 3% en 2014 et de 4% en 2015<sup>12</sup>. Côté distribution de produits bio dans les grandes surfaces alimentaires, l'activité a crû de 9% en 2014 et de 11% en 2015<sup>13</sup>. La distribution spécialisée tire donc particulièrement la consommation de produits bio en France.

Évolution du chiffre d'affaires de la distribution spécialisée bio



Source : Natexbio/Asterès à partir des Greffes des tribunaux de commerce

<sup>10</sup> Chiffres Agence BIO mai 2016.

<sup>11</sup> Ces données sont issues de l'analyse des comptes déposés aux tribunaux de commerce par 424 entreprises spécialisées dans la distribution de produits biologiques. Les données recouvrent donc à la fois les 4 grandes enseignes du secteur, le reste de la distribution en réseau et un grand nombre de distributeurs indépendants.

<sup>12</sup> Insee, Base de données Esane.

<sup>13</sup> Chiffres Agence BIO mai 2016.

## COSMÉTIQUES BIO : HAUSSE DE LA PRODUCTION ET DES RECRUTEMENTS<sup>14</sup>

La cosmétique bio constitue l'un des leviers de croissance de la bio non-alimentaire. **D'après l'enquête du CSA pour l'Agence Bio, 38% des ménages ont acheté un produit cosmétique bio en 2014** (contre 24% en 2013).

En phase avec la croissance de l'agroalimentaire bio et de la distribution, **le chiffre d'affaires de la transformation de cosmétique bio a augmenté de 8% en 2014 et de 10% en 2015**. À titre de comparaison, la production conventionnelle de cosmétiques a augmenté de 3% en 2014. D'après Cosmebio, le marché pèse 425 millions € en 2014 soit 3% du marché des cosmétiques. Les principaux canaux de distribution de la cosmétique bio sont les pharmacies et parapharmacies (25% des ventes), les magasins spécialisés (25%), la vente à distance (21%), les instituts et salons de coiffure (13%) et les grandes surfaces (7%). En comparaison avec la bio alimentaire, le poids de la vente à distance est considérable.

Évolution du chiffre d'affaires de la transformation de cosmétiques bio



Source : Enquête Natexbio/Asterès, Greffes des tribunaux de commerce et données Cosmebio

**Le secteur de la transformation de cosmétiques bio est relativement tourné vers les exportations puisque 10% du chiffre d'affaires est réalisé à l'étranger.** Les exportations ont augmenté de 7% en 2014 et de 9% en 2015.

Part du chiffre d'affaires bio exporté

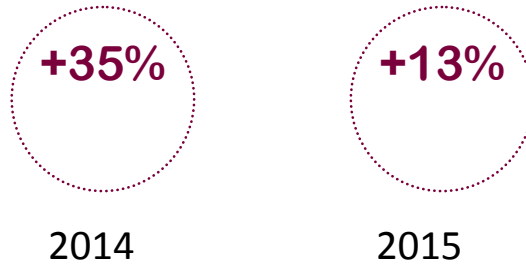


Source : Enquête Natexbio/Asterès

<sup>14</sup> Pour produire des données sur le segment de la cosmétique bio, Asterès a mené une enquête de concert avec Cosmebio auprès de leurs adhérents. Dix des principaux leaders du segment en France y ont répondu.

**Les investissements des entreprises de l'échantillon ont augmenté de 35% en 2014 et de 13% en 2015.**

Investissement des transformateurs de produits biologiques



Source : Enquête Natexbio/Asterès

**Les effectifs employés dans les entreprises interrogées ont progressé à un rythme similaire au chiffre d'affaires avec une hausse de 6% en 2014 et de 12% en 2015.** À titre de comparaison, les effectifs ont augmenté de 3% en 2014 dans la production de cosmétiques conventionnels.

Croissance des effectifs chez les producteurs de cosmétique bio



Source : Enquête Natexbio/Asterès

**La croissance du segment s'explique notamment par le dynamisme des entreprises** en termes d'innovation. En effet, **89% des entreprises sondées ont lancé un nouveau produit ces deux dernières années.**

Part des entreprises ayant lancé un nouveau produit



2014-2015

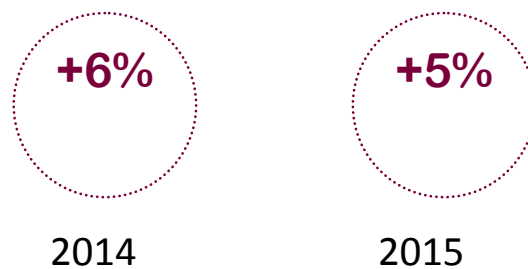
Source : Enquête Natexbio/Asterès

## COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES : LA BIO SUR LE SEGMENT<sup>15</sup>

Dans la famille bio, les compléments alimentaires se constituent une place de choix à côté de l'agroalimentaire. **Les transformateurs de compléments alimentaires bio sont plus de 300 sur le territoire français. Le total des ventes de compléments alimentaires bio atteint 224 millions d'euros en France en 2015, soit 15% du marché total des compléments alimentaires<sup>16</sup>.**

D'après les calculs d'Asterès pour Natexbio, **la production de compléments alimentaires bio en France a augmenté de 6% en 2014 et de 5% en 2015.** Comme pour les produits agroalimentaires, c'est la consommation intérieure qui tire la production. D'après Synadiet, les ventes de compléments alimentaires biologiques en magasins spécialisés bio ont augmenté de 5% en 2014<sup>17</sup> et de 3% en 2015<sup>18</sup>. Chez les consommateurs de produits bio, les compléments alimentaires progressent : en 2014, 8% des consommateurs bio déclaraient acheter des compléments alimentaires biologiques contre 6% en 2012<sup>19</sup>.

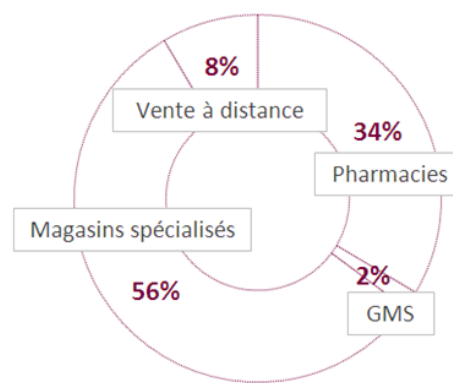
Évolution du chiffre d'affaires de la transformation de compléments alimentaires biologiques



Source : Natexbio/Asterès à partir des Greffes des tribunaux de commerce et des données Synadiet

**Les réseaux de magasins spécialisés bio jouent un rôle moteur dans la croissance du segment** en concentrant 56% des ventes en 2015. Les ventes en pharmacies et parapharmacies concentrent 35% des parts de marché puis la vente à distance 8% et les GMS 2%. À titre de comparaison, le poids des réseaux spécialisés est largement inférieur pour les compléments alimentaires non-bio (16%) et les pharmacies et parapharmacies ainsi que la vente à distance bien supérieures (respectivement 59% et 19%)<sup>20</sup>.

Répartition des ventes de compléments alimentaires biologiques



Source : Synadiet

2015

<sup>15</sup> Pour cette étude, Asterès a analysé les comptes de 30 des principaux acteurs du segment. Comme l'ensemble de la transformation bio, la production de compléments alimentaires connaît une croissance rapide de son chiffre d'affaires.

<sup>16</sup> Idem.

<sup>17</sup> Synadiet, *Chiffres clefs 2014 du marché des compléments alimentaires en France*, Mars 2015.

<sup>18</sup> Synadiet, *Chiffres clefs 2015 du marché des compléments alimentaires en France*, Mars 2016.

<sup>19</sup> Baromètre CSA Agence Bio 2012 et 2014.

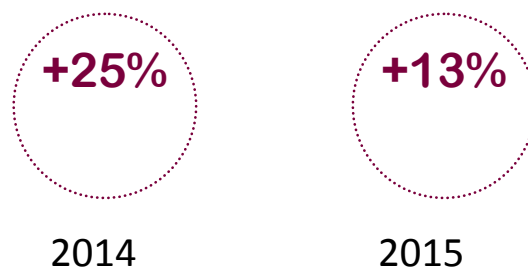
<sup>20</sup> Source interne à Synadiet.

## LES PRODUITS D'ENTRETIEN MÉNAGER BIO EN PLEIN BOOM

Dans la famille bio, les produits d'entretien ménager constituent le principal segment d'achat après l'agroalimentaire et les compléments alimentaires. **Selon le baromètre CSA Agence Bio, 51% des ménages consommateurs de bio ont acquis un produit d'entretien bio dans l'année** (liquide vaisselle, lessive, détergeant). Comme pour la consommation alimentaire, les motifs de consommation sont la protection de la santé et de l'environnement. Notons que la consommation est en forte hausse puisqu'en 2013 seuls 33% des ménages consommateurs de bio avaient acheté un produit d'entretien bio dans l'année.

Asterès a répertorié une centaine de marques commercialisées en France sur ce segment. L'analyse des comptes déposés par les 20 principaux acteurs de la production de produits d'entretien ménagers bio révèle une forte croissance du segment. **En 2014, le chiffre d'affaires de ces transformateurs a augmenté de 25% et en 2015 de 13%.**

Évolution du chiffre d'affaires de la production de produits d'entretiens biologiques



Source : Natexbio/Asterès à partir des Greffes des tribunaux de commerce

Comme sur l'ensemble des segments de la transformation biologique, **la capitalisation augmente rapidement avec une croissance des capitaux propres de 13% en 2014 et de 10% en 2015.**



## LA BIO À LA CONQUÊTE D'UN NOUVEAU SECTEUR : L'ÉMERGENCE DES TEXTILES BIOLOGIQUES

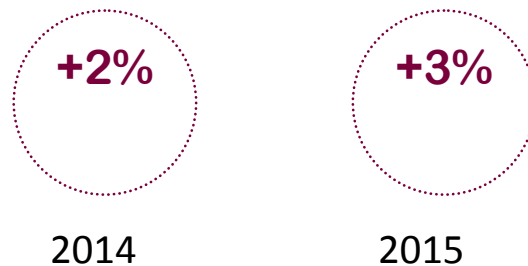
*Ce texte est largement issu des travaux d'Anne Dupuy, spécialiste de la mode écologique.*

Les textiles biologiques sont moins consommés que les autres segments puisque, selon le Baromètre CSA Agence Bio, 20% des ménages consommant du bio en ont acheté dans l'année.

**Le marché du textile bio se différencie des autres marchés évoqués car il n'est pas encore structuré et a un fonctionnement mondialisé.** Les labels sont en effet encore nombreux puisque l'ADEME en recensait 62 dans le monde en 2007. Le principal organisme de certification du textile biologique est Ecocert Greenlife qui dispose d'une quarantaine d'adhérents en France. Le développement du secteur en France ne signifie pas que la matière première est produite ou transformée sur le territoire national. En effet, **le secteur conserve dans la majorité des cas le mode d'organisation du textile conventionnel.**

**L'émergence du textile bio en France depuis les années 2000 est notamment portée par une multitude de petites marques** créées par des stylistes qui consomment bio dans leur vie quotidienne. Les marques françaises se concentrent notamment sur les textiles en contact direct avec la peau comme la lingerie, les draps et les tee-shirts. L'offre de textile bio gagne progressivement en style puisque les marques de créatrices ont complété l'offre de style « alter ». D'après les calculs d'Asterès pour Natexbio, **le chiffre d'affaires du secteur a augmenté de 2% en 2014 et de 3% en 2015.**

Évolution du chiffre d'affaires des producteurs de textiles biologiques



Source : Natexbio/Asterès à partir des Greffes des tribunaux de commerce et des données d'Anne Dupuy

Selon Anne Dupuy, **l'absence de réseaux de distribution multimarques écologiques constitue aujourd'hui le principal frein au développement du secteur.** Les difficultés à trouver des débouchés sur le marché national incitent les marques à exporter leurs produits, notamment vers l'Allemagne, les Pays-Bas et la Scandinave. **Le ratio exportations / chiffre d'affaires total s'élève ainsi à 16% ce qui fait du Textile le secteur bio le plus exportateur après les Boissons.**

## **NATEXBIO : DES PROFESSIONNELS AU SERVICE DES MÉTIERS DU BIEN-ÊTRE**

## NATEXBIO : LA REPRÉSENTATION ACTIVE DE 3 000 ENTREPRISES

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.

## 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 F.V.B.

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 : Benoît SOURY**

Administrateur de Synadis Bio  
Directeur Général de la société La Vie Claire

**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**, Présidente de Synadis Bio, Gérante de la société GVA Bio et des magasins Akineo
- **Christelle CHAPTEUIL**, Directeur Général des laboratoires Super Diet
- **Roger SERRAULT**, Consultant pour la société Vit'all+ France
- **Claude GRUFFAT**, Président de Biocoop
- **Philippe LARATTE**, Dirigeant Groupe Nature
- **Jean VERDIER**, Président de Synabio, Président des sociétés Naturgie et Favols

## 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*

---

L'Équipe ADOCOM, Service de Presse de Natexbio  
vous remercie de votre attention

**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](mailto:adocom@adocom.fr) - site : [www.adocom.fr](http://www.adocom.fr)

**Qualification : Agence Certifiée OPQCM**