

le monde du  
**BIO GOURMET**

UNE ÉDITION DU MONDE DE L'ÉPICERIE FINE



**DOSSIER**  
Ce que révèle  
la bio mania

**ÉVÈNEMENT**

SUR LA PISTE DU  
NOUVEL HÉDONISME  
À NATEXPO

**INTERVIEW**

MICKAËL SUREAU  
DIRECTEUR DE L'OFFRE  
DE BIOCOOP

**MAGASINS**

CHEZ PASCAL  
L'ÉPICIER  
BIO DE QUALITÉ

## SUR LA PISTE DU NOUVEL HÉDONISME À NATEXPO

Parmi les quatre "macro-tendances" d'innovation détectées par les experts du salon Natexpo, l'une d'entre elles, baptisée "Green Fun, nouvel hédonisme" a particulièrement attiré notre attention. Illustration en trois mots clés et autant d'exemples de produits qui ont autant leur place en épicerie fines qu'en magasins bio.



La vague verte prenant de l'importance, une nouvelle dimension ludique, créative et positive vient se greffer sur le système de valeurs souvent un peu austère des militants qui ont fondé la bio. En effet, une partie des consommateurs refuse - sans les récuser - de se laisser anéantir par les funestes prédictions du GIEC et autres lanceurs d'alertes environnementales pour lui préférer un "hédonisme vert, tourné vers la nature... mais une nature sublimée alliant sensorialité et responsabilité", décrypte le dossier de tendances établi par Natexpo. Cette nouvelle dimension de la consommation bio est plus particulièrement portée par les Millenials. Une génération née avec Internet entre 1980 et 1995 qui n'est pas du genre à accepter de différer son plaisir... Et qui consomme ou fabrique des produits où "la dimension du jeu ou d'entertainment (divertissement, NDLR) est un ingrédient majeur. Pour un bio beau, bon, bienfaisant... mais jamais ennuyeux !", s'enthousiasment les experts du salon. Ces produits baptisés Green Fun ne promettent plus la detox mais la jouissance et se subdivisent en trois sous-tendances décrites ci-dessous.

### Mot-clé : Happy Green, le bio en s'amusant

Avec Happy Green, "le bio et l'engagement écolo évoluent désormais vers un univers résolument optimiste et joyeux, comme une opération de charme pour amplifier l'engagement de chacun dans un futur durable". Témoin de cet état d'esprit, le défi "On est prêt" pour le climat lancé par de grands youtubers français qui ont changé leurs habitudes pendant un mois... Notons que le chanvre, encore discret en France, est devenu l'ingrédient phare de cette tendance aux États-Unis

**EXEMPLE :** Bú Bouillons, une PME qui expose dans la Pépinière bio de Natexpo, fondée par deux anciens de la pub passionnés de cuisine, de gastronomie et de... bouillons. Ils revisitent ce breuvage traditionnel avec des recettes audacieuses, des noms accrocheurs et des usages inattendus, tel que Le Malicieux, un bouillon froid de poire, anis étoilé et bien plus encore, à consommer toute la journée. **Stand D229**



### Mot-clé : Mixology Healthy, le rituel convivial

Mixology Healthy est un moyen d'adapter le "faire soi-même" au bio et aux produits naturels en réitérant à la maison les recettes de grands chefs ou rituels professionnels des mixologistes de cocktails. Réaliser son propre cocktail permet de choisir soi-même les meilleurs ingrédients, de mettre sa créativité à l'épreuve et de vivre une expérience conviviale, voire de faire le spectacle...



**EXEMPLE :** Iro, une société créée par un Belge devenu addict du fameux thé vert en poudre, qui propose une Discovery Box contenant les ingrédients et la méthode pour apprendre à pratiquer le rituel du thé matcha à domicile. L'entreprise, exposante à la Pépinière bio de Natexpo, se lance en France. - **Stand E231**

**LE COUP DE FOUDRE**  
de la marque Yumi, un "shot" de pomme, gingembre et citron pressé à froid, emballé dans une bouteille végétale biodégradable et compostable, a obtenu le Trophée d'Or Natexpo 2019 dans la catégorie boissons. **Stand D220**



### Mot-clé : Gastronomy Green

Le véganisme n'a pas toujours bonne presse mais il influence la consommation. Aux États-Unis, l'expression "Plant based" lui est désormais préférée pour faire oublier les polémiques. En France, c'est le diminutif plus avenant de veggio qui orne souvent les packagings des produits. Ainsi pacifiée, cette tendance du "zéro carné" stimule l'innovation alimentaire, incitant à l'invention de produits goûteux et par nature originaux.



**EXEMPLE :** Pa'lais, une tartine créée par Laurent Jadot, un vegan belge qui ne trouvait pas de substitut de fromage à son goût. Il a eu l'idée de faire fermenter des noix de cajou et des amandes bio fraîchement moulues

selon les méthodes traditionnelles de fabrication fromagère. Ainsi est née Future Foods, l'entreprise créée par cet ancien professionnel des médias passionné d'innovation. **Stand C231**



Chocolat 100% bio & équitable. Emballages écologiques et 100% biodégradables.

"HIPPIE CHOCOLATE".  
**LOVE & CHOCOLAT**

**natexpo** RETROUVEZ-NOUS STAND D184  
[www.cafe-tasse.com](http://www.cafe-tasse.com) info@cafe-tasse.com Tél : 0032 2 366 96 14



## EN CUISINE

### L'HUILE D'OLIVE EXTRA VIERGE BIO DES ALPILLES

Cette huile d'olive au fruité mûr, issue d'olives de variétés locales plantées au sein du parc national des Alpilles, se destine tout particulièrement aux salades de légumes crus comme les tomates, poivrons ou asperges. Mais ses parfums délicats de noisettes et d'amandes fraîches lui permettent tout autant d'accompagner les légumes poêlés, une tarte tomate mozzarella, des fonds d'artichauts ou un poisson cuit au four...



**PVC : 26 € le litre**

Contact : Randall Facchin - Tél. 07 83 09 92 16  
commercial@moulin-cornille.com  
[www.moulin-cornille.com](http://www.moulin-cornille.com)

### UNE SAUCE TOMATE MADE IN GERS, DE LA GRAINE AU FRUIT

C'est presque une révolution dans le monde très contrôlé des semenciers. Cette sauce tomate est réalisée à partir de variétés anciennes, issues d'un artisan semencier du Gers. Elles sont ainsi garanties non hybrides F1 - dites de population -, naturelles et reproductibles. Cette tomate ronde, très charnue, acidulée et d'un orange éclatant donne une sauce extrêmement savoureuse dont les saveurs sont simplement relevées par une pincée de sucre de canne et de fleur de sel. Un vrai régal pour accompagner par exemple un simple plat de pâtes.



**PVC : 7 € le pot de 250 g**

Contact : Anne Dubarry - Tél. 06 09 40 29 94  
adubarry@variette.fr  
[www.variette.fr](http://www.variette.fr)

## GOURMANDISE

### UN CHOCOLAT BIO ET ÉQUITABLE

La marque Hippié est née d'une volonté de proposer aux consommateurs un chocolat à la fois bon et vertueux. Non content de faire du bien au corps en offrant aux gourmands des produits sains issus de l'agriculture



biologique, Hippié prend aussi à cœur les conditions de vie des producteurs de cacao. Et pour être totalement en phase avec les questions environnementales, l'emballage se targue d'être 100 % biodégradable (carton FSC et film biodégradable, recyclable et compostable).

**PVC : 2,99 € la tablette de 50 g**

Contact : Alice Martin - amartin@chocandco.com  
[www.hippie-chocolate.com](http://www.hippie-chocolate.com)

### L'EMBLÈME DE LA PROVENCE EN VERSION BIO

Étendard gourmand de la Provence depuis le XV<sup>e</sup> siècle, le calisson de Maison Brémond est produit avec la même recette depuis 1830. Et c'est en conservant cette authenticité que le calisson se fabrique aujourd'hui avec des amandes, du melon et des agrumes confits issus de l'agriculture biologique. Une manière de répondre à la demande de plus en plus forte d'une clientèle en attente de produits sains.



**PVC : 14,50 € la boîte de 120 g (12 calissons)**

Contact : Mélinda Koest - Tél. 04 86 68 53 11  
contact@maison-bremond.com  
[www.mb-1830.com](http://www.mb-1830.com)