

naturéo

votre spécialiste Bio



Votre spécialiste Bio

---

Dossier de presse 2022

---



# Édito



Depuis sa fondation, à Chartres, en 2007, que de chemin parcouru pour naturé0 ! Enseigne indépendante et familiale, nous avons su nous imposer, au fil des ans, comme un acteur important de la distribution spécialisée des produits alimentaires bio en France. Notre volonté est de proposer des produits sains, d'excellentes qualités et respectueux des hommes et de l'environnement à des prix accessibles à tous. Aujourd'hui, naturé0 dispose de 50 magasins en propre sur la moitié Nord de la France.

Une partie des magasins a été récemment modernisée, afin de **proposer une expérience client plus riche et toujours plus proche de nos valeurs**, nos rayons vrac et produits locaux se sont considérablement élargis, des espaces de convivialité ont vu le jour et nos nouveaux mobiliers sont désormais conçus en bois français issu de forêts gérées durablement (PEFC) : pour chaque arbre coupé, 1 arbre est replanté.

L'expérience client chez naturé0 se matérialise également par la complémentarité de nos services qui permettent aux clients de réduire leurs déchets, de recycler ou encore de consommer plus responsable.

Du côté de l'offre, près de 7 500 références de produits bio sont désormais déclinées dans nos magasins, dont plus de 200 en vrac. Des références sélectionnées avec soin et sur lesquelles naturé0 **s'engage sur des prix justes et accessibles**. L'offre de notre marque naturé0 avec plus de 230 références fait figure de priorité et évolue chaque année pour s'adapter à la demande.

naturé0, c'est également **un soutien indéfectible en faveur des producteurs locaux**. À ce titre, nous collaborons avec plus de 250 producteurs implantés dans un rayon de 90 kilomètres autour de nos magasins.

À travers ces produits de qualité et responsables, nous avons une **volonté de proximité**, de créer du lien et de mettre en avant notre savoir-faire et ceux de nos partenaires. Tout cela est possible grâce à des rencontres entre clients, producteurs et professionnels engagés. Ces actions, nous permettent de jouer pleinement notre rôle d'expert.

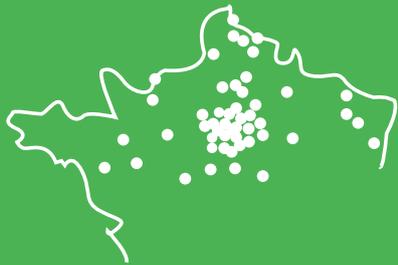
**XAVIER TRAVERS**

Fondateur & Président Directeur Général naturé0





# La saga naturé0



**50**  
magasins

**+ de  
500**  
collaborateurs

- En 2007** ) création et ouverture du 1<sup>er</sup> magasin à Chartres (28). Concept innovant, l'enseigne remporte, un an plus tard, le Prix Janus et ouvre plusieurs magasins – principalement en Île-de-France – en quelques années.
- En 2012** ) naturé0 célèbre l'ouverture de son 10<sup>ème</sup> magasin.
- En 2014** ) premier magasin petit format à Dourdan (91). L'enseigne est en perpétuelle croissance.
- En 2015** ) naît le 20<sup>ème</sup> magasin dans le Nord (59). L'enseigne bio opte pour une nouvelle politique de croissance.
- En 2016** ) naturé0 rachète un magasin dans l'Oise (60).
- Fin 2017** ) soit 10 ans après ses débuts, l'enseigne multiplie ses ouvertures. Création de la marque naturé0 et d'une gamme de produits en nom propre.
- En 2020** ) naturé0 compte 50 magasins dont plusieurs d'entre eux – Ballainvilliers, Saint-Maximin, Rambouillet, Chartres, Corbeil-Essonnes et Orgeval – ont été modernisés.  
Au mois de septembre, Xavier Travers succède à son père, Hervé Travers, à la présidence de l'enseigne.
- En 2021** ) modernisation des Magasins d'Egley (91), Cormontreuil (51), Fresnes (94) et Clayes-sous-Bois (78).  
230 produits à la marque naturé0 désormais.



# Concept magasins et stratégie

## Trois formats de magasins déployés sur le territoire

Fondée en 2007 avec la création de son premier point de vente à Chartres (28), l'enseigne naturéO déploie trois formats de magasins, tous implantés en zones périurbaines :

- Un premier, dont la surface occupe **350 m<sup>2</sup>**
- Un deuxième pourvu de ses rayons traditionnels « boucherie », « charcuterie » et « fromagerie » et doté d'une superficie de **650 m<sup>2</sup>**
- Un troisième sur des surfaces de vente qui peuvent atteindre les **1 000 m<sup>2</sup>**, et qui décline également les rayons traditionnels.



## La modernisation du parc se poursuit

Après avoir fait peau neuve en 2020 à Chartres (28), Ballainvilliers (91), Corbeil-Essonnes (91), Orgeval (78), Saint-Maximin (60) et Rambouillet (78), l'enseigne a poursuivi la stratégie de réaménagement de son parc de magasins avec la modernisation de quatre d'entre eux en 2021 : Egly (91), Clayes-sous-Bois (78), Fresnes (94) et Cormontreuil (51).

Dans ces points de vente-ci, naturéO offre un espace plus ouvert, où se dévoile, grâce à l'installation de verrières modernes, un jeu de lumière pour offrir davantage de clarté à ses clients. Résultat : la mise en valeur des produits s'en trouve renforcée et le parcours dans le magasin fluidifié. Cave à vins, espace de convivialité, meuble froid avec porte, éclairage LED, espace local, espace maison... naturéO dynamise ses espaces avec ce nouvel agencement.

Aussi, pour matérialiser cette nouvelle dynamique de réagencement, le réseau a choisi de s'appuyer sur un décor naturel et chaleureux, construit autour d'éléments de mobilier en bois massif écoresponsable, issus des ateliers du fabricant français Mobil Wood. Investi dans la protection de l'environnement, ce dernier est notamment à l'initiative du programme « In the Name of Wood », dont l'objet consiste à favoriser le reboisement en France (pour un arbre coupé, trois autres sont replantés).



## Les magasins : des lieux de vie et de services

En plus d'être des lieux de vente de produits bio de grande qualité, les magasins de l'enseigne aspirent, crescendo, à se muer en lieux de vie, c'est-à-dire en espaces où sont proposés à la clientèle des services pour mieux consommer au quotidien.

Des initiatives entreprises par l'enseigne sur ce terrain sont à mentionner :

- Le partenariat avec la plateforme **Relais colis**, – premier réseau de livraison de colis aux particuliers – dans huit points de vente.
- L'installation de relais **La Poste** dans les magasins de Corbeil et Saulx les chartreux
- La collaboration avec **Patatam** dans une logique d'économie circulaire et collaborative. Deux moyens d'inciter à consommer de façon plus raisonnée et participative sont mis en place : la collecte de vêtements via des pataBags avec en échange des bons d'achat naturéO et la revente in situ de vêtements d'occasion, inédite en GSS.

En phase de test en 2021, le déploiement de cette initiative commune se développera en 2022 dans plus de magasins naturéO.



# Quelle stratégie de l'offre pour naturé0 ?

## Une offre globale qui ne cesse de s'enrichir

S'il est un point essentiel sur lequel se distingue le concept naturé0, c'est bien dans sa capacité à enrichir, d'année en année, son offre de produits : **naturé0 propose environ 7 500 références de produits** en lien avec ses valeurs. 16 rayons s'offrent aux clients qui sillonnent les allées de ses magasins qui regorgent de produits bio et de qualité, sélectionnés auprès de producteurs partenaires.

Autre élément qui distingue naturé0 : l'installation de **rayons alimentaires traditionnels** (boucherie, charcuterie, et fromagerie) à la coupe, qui mettent en lumière les savoir-faire de ses artisans et les produits du terroir français, avec une viande 100% française proposée dans les boucheries naturé0.



Dans les points de vente de l'enseigne, les clients s'achalandent également grâce à leurs espaces « vrac », boulangerie-pâtisserie, fruits et légumes, épicerie, produits frais, produits surgelés, alimentation pour bébé, boissons et produits diététiques, sans oublier la cave à vin qui offre une belle sélection de vins bio, ainsi que les rayons dédiés aux produits cosmétiques et aux compléments alimentaires. Lancé en 2020, l'espace « Maison & Arts de la table » s'est inscrit dans la volonté de naturé0 de proposer, sous un même toit, un ensemble varié de produits bio et responsables.

En 2021, l'enseigne crée l'événement en élargissant, dans le cadre des projets de modernisation de ses espaces de vente, **ses stands « poissonnerie »** : un rayon qui existait déjà depuis de nombreuses années à Ballainvilliers.





## Le vrac, un rayon stratégique pour naturéO

Le vrac est un pilier structurant de l'offre de naturéO. Une preuve que ces rayons vrac et recharge se révèlent éminemment stratégiques pour l'enseigne : elle a décidé de les doter d'un espace agrandi et enrichi au sein de tous ses magasins ; un projet prenant forme à chaque modernisation. Ainsi, les consommateurs ont accès, en libre-service, au miel, au bar à olives, puis aux huiles, vinaigres, sirops, produits d'hygiène et d'entretien liquide, etc ...



Pour encourager les clients dans cette démarche et participer à la réduction de déchets, naturéO facilite l'utilisation de contenants réutilisables. En effet, grâce à son partenariat avec Jean Bouteille, l'enseigne met à disposition des contenants rechargeables et réutilisables à chaque passage en magasin.

Les consommateurs ont aussi le loisir de fabriquer eux-mêmes leur propre pâte à tartiner ou de la purée d'amandes avec l'installation d'une machine à oléagineux.

## Un indéfectible engagement envers les producteurs locaux

Depuis sa fondation en 2007, naturéO soutient ardemment l'économie locale. Cette politique, qui privilégie l'approvisionnement des magasins via les circuits-courts, se matérialise par une collaboration accrue avec les producteurs locaux. Ainsi, l'enseigne travaille désormais en étroite collaboration avec plus de 250 producteurs, sélectionnés dans chaque région d'implantation, dans un rayon de 90 kilomètres autour des magasins.





## Témoignages de 2 partenaires fournisseurs locaux

naturéO accorde une attention particulière à soutenir l'économie locale et collabore aujourd'hui avec **250 producteurs locaux**. Dans chaque magasin, les équipes partent à la rencontre de producteurs de leur région, aux savoir-faire ancestraux. Qu'ils soient producteurs de céréales, de fromages, de thés ou encore de bières, ces partenaires locaux sont **sélectionnés dans un rayon de 90 km autour des magasins concernés**. En valorisant les productions régionales, naturéO crée de la proximité tout en continuant de proposer des produits de qualité.



### Biomère

« BIOMÈRE est une société de l'économie sociale et solidaire dont l'objectif est de promouvoir une alimentation saine et durable. Elle produit et commercialise du kombucha, une boisson pétillante non alcoolisée issue de la fermentation d'une infusion de thé. L'objectif est de démocratiser cette boisson saine en proposant des recettes légères et désaltérantes, accessibles aux palais non-initiés. Une démarche vertueuse, depuis le recours à des matières premières bio et issues de filières équitables, à l'utilisation de bouteilles végétales en résidus de canne à sucre. »

Antoine MARTIN, CO-fondateur

À gauche : François, responsable production, qualité et logistique.  
À droite : Quentin, qui intervient à la fois en production et dans le développement commercial.  
Producteur local aux naturéO des Clayes sous Bois, de Corbeil-Essonnes, de Jaux, de Louveciennes, d'Orgeval, d'Osny, de Pierrelaye, de Rambouillet.



### Baubion

« L'exploitation agricole BAUBION cultive en plus des céréales, des pommes de terre, oignons, échalotes, carottes et topinambours biologiques de qualité avec l'envie de proposer avant tout : la proximité, l'authenticité et bien sûr le goût ! L'histoire avec naturéO a débuté avec l'ouverture du 1er naturéO à Chartres en 2007, où l'entreprise Baubion faisait partie des premiers producteurs en direct ! Et avec cette même fidélité, elle collabore aujourd'hui avec plusieurs naturéO de la région parisienne afin de livrer chaque semaine, entre les mois de septembre à avril, des produits de saisons. » Germain Baubion, producteur agriculteur

Germain BAUBION, producteur agriculteur



Producteur local aux naturéO de Chartres, de Ballainvilliers, de Fresnes, de Magny-les-Hameaux, de Rambouillet et de Saulx-les-Chartreux



## Les grandes ambitions de la marque en nom propre naturéO

2017 fut pour naturéO une année charnière : c'est l'année du lancement de sa marque propre, portée au départ par une gamme de confitures et très vite étoffée par des produits essentiels : farines, pâtes et sauces tomates, lait, œufs, sucres et **ensuite par des produits plus spécifiques** tels que le kéfir, sucre de coco, graines et légumineuses variées, huiles de lin et cameline, psyllium, épices, fruits secs....



L'année 2021 a également été une année très riche pour la marque. Plus de 50 nouveaux produits sont venus compléter l'assortiment pour compter, à fin 2021, **plus de 230 références**, réparties en 5 familles : épicerie salée et sucrée, frais, boisson, hygiène et entretien.

Pour alimenter sa marque, l'enseigne s'appuie sur un réseau d'une **cinquantaine de partenaires**, dont plus de **90% sont français** et - à l'image de naturéO - des **PME familiales, indépendantes et expertes de la bio**. Si elle recherche en priorité des fournisseurs hexagonaux, l'enseigne s'autorise également à sélectionner des producteurs étrangers quand les matières premières ne se trouvent pas ou ne sont pas adaptées en France ou encore quand les produits sont à appellation protégée. Prenons l'exemple des pâtes, concoctées en Italie, où pousse un blé mou, plus adapté à la fabrication des pâtes que le blé dur qui pousse dans l'Hexagone ou alors celui du vinaigre balsamique de modèle, IGP.

**2021 est aussi l'année de la refonte totale des emballages de la marque.** L'objectif de ce travail de fond s'est centralisé sur la mise en avant des **valeurs de la marque** : avant tout l'humain, la transparence, la qualité et le goût, le tout au juste prix.

C'est ainsi que, fière de ses partenaires, l'enseigne naturéO a ainsi choisi de valoriser leur histoire de façon plus forte, ce qui retranscrit parfaitement sa baseline « **derrière chaque produit une histoire et des hommes** ».

Les valeurs et les avantages produits sont également d'autant plus présents pour offrir aux consommateurs une meilleure visibilité et une meilleure transparence.



# Quelle stratégie de l'enseigne en matière de RSE ?

## Stratégie « anti-gaspi » : une collaboration vertueuse avec Too Good To Go



Too Good To Go

En 2018, naturéO s'associe à Too Good To Go. L'objet de cette application anti-gaspillage : proposer à ses partenaires-commerçants de vendre des paniers de produits invendus à petits prix et aux consommateurs de les soutenir en mangeant plus responsable.

Première enseigne spécialisée dans les produits bio à avoir déployé l'application sur l'intégralité de ses magasins, naturéO propose ainsi, via ce dispositif, des produits bio à date limite de consommation avec des paniers au prix de 5 euros. Résultat : **depuis 2018, l'enseigne a sauvé près de 100 000 paniers, soit plus d'un million de repas.**

Toujours dans le cadre de sa politique anti-gaspillage, l'enseigne signe en janvier 2020 le Pacte sur les dates de consommation. Ce projet initié par Too Good To Go a pour but de **réduire de manière significative le gaspillage alimentaire** dû à la mauvaise compréhension des dates de péremption par les consommateurs. En effet, 53% des Français ne font pas encore la différence entre la DDM et la DLC, ce qui entraîne 20% de gaspillage alimentaire dans les foyers.

Dans le cadre de ce Pacte, naturéO a mis sur pied en 2021 de nouvelles actions très concrètes, complémentaires aux paniers, à portée de ses clients :

- La mise en place de **rayons « zéro-gaspi »** au sein des 50 magasins. Tous proposent des produits à DDM proche ou dépassée, promotionnés jusqu'à un mois après la date indiquée.
- Une **sensibilisation directement sur les produits de marque naturéO** : tous les packagings sont en effet illustrés d'un discours pédagogique lié à cette démarche commune avec Too Good To Go.

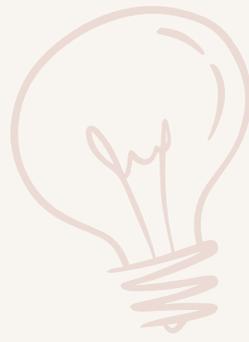


La **DLC (Date Limite de Consommation)**, correspond à la mention « à consommer jusqu'au » :

c'est une date sanitaire après laquelle le produit peut présenter des risques pour la santé une fois dépassée.

La **DDM (Date de Durabilité Minimale)**, correspond à la mention « à consommer de préférence avant le/fin » :

c'est une date indicative après laquelle le produit peut perdre en qualité mais ne présente pas de risque pour la santé, il peut être consommé.



## Des bacs de recyclage font leur apparition

Dans le cadre des rénovations magasins, naturé0 veut aller plus loin dans sa politique en faveur de la préservation de l'environnement : elle décide d'installer à l'entrée du point de vente des bacs de recyclage. Les clients peuvent y déposer dosettes de café, déchets électroniques, piles, bouchons plastiques... Ces équipements renforcent ainsi l'engagement de naturé0 vis-à-vis de la planète et s'inscrivent pleinement dans une démarche environnementale de l'enseigne qui souhaite impliquer les consommateurs et les encourager à adopter des pratiques responsables.

## Une enseigne engagée en faveur du commerce équitable

Pour aller plus loin dans le développement durable, naturé0 s'engage en faveur du commerce équitable. Par le choix des produits présents en magasins, mais aussi par le choix des entreprises avec qui elle collabore pour sa gamme en propre et les marques nationales qu'elle distribue, l'enseigne s'inscrit, pour une partie de son offre, dans une démarche équitable, en parfaite cohérence avec ses valeurs. En privilégiant ce modèle de commerce plus solidaire, naturé0 soutient les producteurs en leur garantissant une juste rémunération.





## Le bien-être des collaborateurs : un facteur-clé de réussite de l'entreprise

L'épanouissement, aussi bien au travail qu'au foyer, de ses salariés se révèle un pilier essentiel de la politique sociale de l'enseigne. C'est la condition sine qua non pour que chacun puisse donner le meilleur de lui-même au quotidien.

C'est à cette fin qu'ont été menées ces dernières années chez naturéO, des **enquêtes de satisfaction sur la qualité de vie au travail auprès de l'ensemble de ses forces vives.**

En matière d'outil RH, l'innovation se place autour de l'intranet de l'enseigne avec un outil de communication spécifique lancé en 2021, et dont l'objectif est **d'offrir à tous les collaborateurs une agora d'expressions** où réflexions, questions et doléances sont toutes les bienvenues.

Aussi, l'intégration et l'évolution professionnelle des salariés de l'enseigne reste primordiale, aussi bien en magasin qu'au siège. Pour ce faire, naturéO propose pour chaque nouvel arrivant sa formation Biovenue, lancée en 2016. Ajoutons que, du côté des encadrants (responsables de rayons et directeurs/directrices de magasins), une formation complète de deux mois est dispensée. Et chacun d'entre eux doit être animé, pour mener à bien leur mission par les quatre valeurs managériales de naturéO : **la passion, le plaisir, l'innovation et la confiance.**

Enfin, chaque année, naturéO s'associe à l'école IFOPCA et propose à une dizaine de collaborateurs d'être formés et diplômés du Certificat de Qualification Professionnel, reconnu par l'État, pour devenir des conseillers experts en produits biologiques. Grâce à ces formations, chacun des collaborateurs est initié aux pratiques et réglementations de la Bio ainsi qu'aux différentes spécificités des produits alimentaires mais aussi cosmétiques.

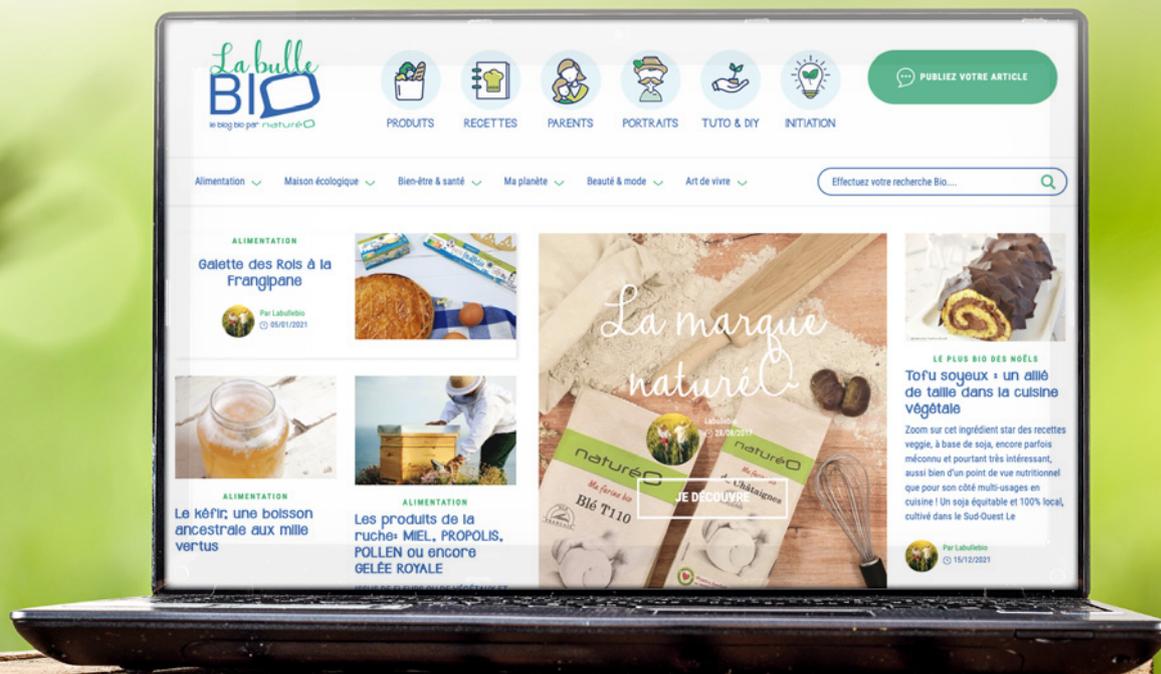


# La bulle BIO

le blog bio par naturéO

## La Bulle Bio, un outil de conseils pour la communauté naturéO

Lancé en 2017 par naturéO, La Bulle Bio est un blog animé par une communauté de passionnés qui partagent des valeurs : une bio humaine, engagée et exigeante. Blogueurs, experts et collaborateurs naturéO dévoilent ici des recettes de cuisine gourmandes, des informations sur l'art de vivre au naturel, des conseils pour préserver la planète, (...) dans la veine de l'Instant bio, le magazine consommateur de l'enseigne.



natureo

[www.natureo-bio.fr](http://www.natureo-bio.fr)



**Contact Presse**  
**Agence Grenadine RP**

Laurane Froment - [Laurane@grenadine-rp.com](mailto:Laurane@grenadine-rp.com) - 06 99 37 60 92