

DOSSIER DE PRESSE 2024

# NATURALIA

*L'est bon de manger sain*



**NATURALIA, BILAN POSITIF ET DÉPLOIEMENT  
POUR LE CONCEPT DE LA FERME**

## APRÈS AVOIR RÉINVENTÉ SON MODÈLE EN 2023 NATURALIA FAIT UN BILAN POSITIF ET AMBITIONNE DE DEVENIR LE MAGASIN RÉFÉRENT DE L'ALIMENTATION SAIN ET GOURMANDE DE PROXIMITÉ.

### ÉDITO



À quelques jours de la présentation de la stratégie du groupe Casino, je suis heureux d'ouvrir cette 7<sup>ème</sup> Ferme NATURALIA rue de la Convention. Casino est un acteur incontournable du commerce de proximité attaché à développer des marques fortes, en phase avec les attentes de leurs clients.

Au-delà de la réussite de ce nouveau positionnement, ce magasin confirme la transformation qu'initie le groupe Casino depuis quelques mois : NATURALIA est une marque moderne et engagée que chaque Français pourrait recommander pour l'expérience en magasin, le service, la qualité de l'offre à la fois saine et gourmande.

Notre ambition est de déployer ce concept afin que chaque NATURALIA au coin de la rue puisse s'approprier les codes de la Ferme. Pour aller plus loin, nous souhaitons aussi mettre ce savoir-faire au service de nos franchisés et futurs partenaires.



**Philippe Palazzi**, Directeur Général  
du groupe Casino, Président de Monoprix et Naturalia.



# L'AMBITION DU GROUPE CASINO POUR NATURALIA

1. FAIRE DE NATURALIA LE MAGASIN RÉFÉRENT DE L'ALIMENTATION SAIN ET GOURMANDE
2. DÉVELOPPER LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DE L'ENSEIGNE EN DÉPLOYANT LA FERME, LA FRANCHISE ET LA LOCATION GÉRANCE
3. ACCROÎTRE LA DIFFÉRENCIATION DE NATURALIA AU SEIN DE SON MARCHÉ

## BILAN ENSEIGNE

VS 2023



Croissance CA  
**+5%**  
(+9% province)



Part de marché  
**11 POINTS**



Progression CA  
Fruits et légumes  
**+9%**

# DÉVELOPPEMENT DE NATURALIA, UN COUP D'ACCÉLÉRATEUR SUR LES FERMES, LA FRANCHISE ET LA LOCATION-GÉRANCE

**228** MAGASINS EN 2024  
DONT 30% DU PARC EN FRANCHISE

## FRANCHISE

**67** magasins

Croissance CA : **6%**

NPS : **68**

## → FOCUS LOCATION GÉRANCE

**9** locations gérance

Croissance CA : **16%**

NPS : **78**



## DÉVELOPPEMENT 2025

**20 NOUVELLES FERMES**

### LOCATION GÉRANCE

Objectif : une dizaine de bascules en location gérance.

### FRANCHISE

Objectif : développer la part de franchisés par opportunités ou consolidation du marché.



# LA FERME

## LA RÉFÉRENCE FRANÇAISE DU MAGASIN BIO



Sept Fermes ont été déployées depuis l'ouverture du magasin d'Aligre en avril 2023 et le bilan est plus que positif. Tous les indicateurs sont au vert. Ce nouveau format de magasin avait pour ambition principale de renouer avec la croissance de chiffres d'affaires. Notre ambition c'est aussi de recruter de nouveaux clients «non-afficionados» de la bio, de soutenir la préférence de marque, et de permettre un déploiement à un coût accessible pour un franchisé. Les résultats sont tous supérieurs à nos attentes et nous confortent dans la volonté de développer le modèle.



**Richard Jolivet,**  
Directeur Général de NATURALIA.

### RAPPEL DU PARI : UN CONCEPT UNIQUE ET INÉDIT EN FRANCE

En lançant le nouveau concept de la Ferme en 2023, NATURALIA souhaitait changer l'expérience client du magasin bio en y apportant du plaisir, de la gaieté et davantage de conseil. L'accessibilité a été repensée en termes de compréhension du produit, de conseils et de prix.

L'objectif de la Ferme est de rendre le magasin bio plus attractif, tout en répondant aux attentes des consommateurs lambda comme des nouveaux clients bio avec des produits sains et bons.



# FOCUS SUR LES 7 FERMES

CROISSANCE CA :  
**+10%**

CROISSANCE INDICE TICKET :  
**+13%**

POUR LES FRANCHISÉS :  
BAISSE DU COÛT MAGASIN DE  
30% AU M<sup>2</sup> VS ANCIEN CONCEPT



ALIGRE (PARIS 12<sup>ÈME</sup>)



SAINT-OUEN PERI (93)



DUHESME (PARIS 18<sup>ÈME</sup>)



PANTIN (93)



BEAUBOURG (PARIS 3<sup>ÈME</sup>)



CONVENTION (PARIS 15<sup>ÈME</sup>)



VERRERIE (PARIS 4<sup>ÈME</sup>)

À VENIR D'ICI FIN 2024 : BATIGNOLLES (PARIS 8<sup>ÈME</sup>), PRESSOIR (PARIS 10<sup>ÈME</sup>), CRUSSOL (PARIS 11<sup>ÈME</sup>), LEVIS (PARIS 17<sup>ÈME</sup>)

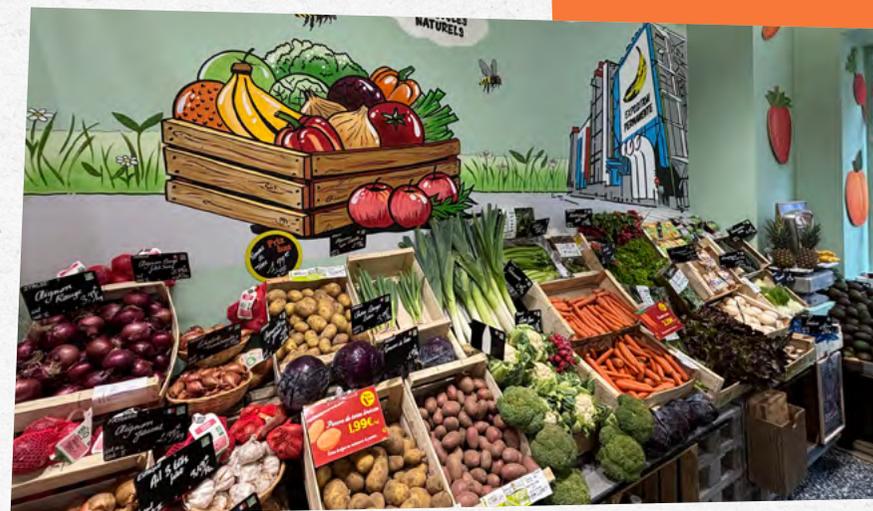
## BEAUBOURG UN MODÈLE QUI CARTONNE

Croissance CA : **+27%**

Croissance indice ticket : **+45%**

Indice Panier moyen : **+3%**

Croissance de compte fidélité : **+53%**



## LA FERME : ÉTUDE CLIENTS



RÉSULTATS  Circana.

## UNE ÉTUDE QUANTITATIVE ET QUALITATIVE QUI COMPARE LA FERME D'ALIGRE À UN MAGASIN NATURALIA CLASSIQUE.

La Ferme d'Aligre est jugée **5x plus** en phase avec l'affirmation suivante :  
« Le magasins rend l'achat de produit bio accessible et compréhensible »



**47%** des shoppers  
viennent plusieurs fois  
par semaine  
à la Ferme d'Aligre.



### PARCOURS D'ACHATS

**30%** en moyenne de recrutement  
sur les rayons à Aligre

**10%** de courses « découverte »  
en plus à la Ferme d'Aligre  
(12% vs 2% à Ledru Rollin)

# UNE EXPÉRIENCE REPENSÉE



## POUR LES COLLABORATEURS

Chaque vendeur qui arrive chez NATURALIA commence avec une **journée d'intégration** au siège avant même d'arriver en magasin. Ils sont désormais sensibilisés à la marque, ses engagements, son histoire, son positionnement et à plusieurs sujets inhérents au métier de commerçant (accueil, tenue des fruits & légumes, etc.). L'onboarding prévoit l'intégration dans des « **magasins école** » et un plan de formation dédié pour chaque collaborateur.

Une sensibilisation aux enjeux environnementaux est également prévue.

Pour cela, 6 collaborateurs NATURALIA ont été formés à l'animation de la **Fresque du climat** et 300 parties prenantes (collaborateurs, écoles partenaires, fournisseurs, clients) ont été animées.

NATURALIA continue à améliorer la **Qualité de Vie au Travail** (QVT) de ses collaborateurs en 2024. Par exemple, cette année le nombre de semaine de congés maternité a été étendu : chaque maman profite ainsi de **2 semaines supplémentaires** par rapport à son congé légal. Le retour le premier mois se fait en douceur avec 4 jours travaillés pour 5 rémunérés.

Les jours naissance pour les conjoints sont également doublés. Le congé **endométriase** est prévu, à hauteur d'un jour par mois.



## LA SATISFACTION CLIENT AU COEUR

En plus de proposer des dégustations tous les week-ends dans un esprit commerçant, les magasins peuvent offrir des gourmandises aux enfants (chocolat, biscuit, fruits).

### NPS (NET PROMOTER SCORE) :

Le NPS permet d'animer les magasins au quotidien. Chaque magasin reçoit son NPS en début de semaine.

Le NPS Naturalia est de **61**.

C'est la meilleure progression de l'expérience client locale.

**+10 points** en 1 an parmi 110 retailers.



## MEILLEUR SITE E-COMMERCE BIO :

Une expérience aussi reconnue sur le e-commerce



## MODERNISER LA MARQUE.

## CONQUÉRIR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Le nouveau positionnement Santé et Plaisir de NATURALIA s'est incarné à travers une communication sur les réseaux sociaux.

Alignée sur l'expérience en magasin, la nouvelle ligne éditoriale participe à moderniser l'image du magasin bio auprès des nouveaux consommateurs et présente NATURALIA comme un dénicheur de pépites, dans

un magasin où l'on a envie de flâner.

NATURALIA s'est lancée sur TikTok en 2023 et a rencontré un succès indéniable (**+1944% abonnés** en 1 an).

### TIKTOK : 178K abonnés

NATURALIA a les plus grosses communautés Instagram et TikTok du réseau des distributeurs bio et est dans le **TOP 5 des distributeurs alimentaires français** tous réseaux confondus.

# UNE NOUVELLE IDENTITÉ POUR LA MDD



- Un design à l'image des Fermes : riche, foisonnant et joyeux.
- Une ambition de **400 PRODUITS** à fin 2025.
- De nouveaux engagements pour Naturalia :



## FOCUS ACCESSIBILITÉ PRIX

- 170** PRIX BAS
- 300** PROMOS MENSUELLES
- 18%** QP PROMO + PRIX BAS
- +1100** BAISSÉS DE PRIX EN 2024
- 3635** PRODUITS À - DE 5€ (+ DE 50% DE L'OFFRE)

**PROGRAMME FID+**

**-10% SUR TOUT**, tout le temps, dans tous nos magasins (4,90€/mois)

# UNE OFFRE ENGAGÉE. DES NOUVELLES MARQUES INNOVANTE

- Dès fin 2024, un rayon charcuterie 100% **sans nitrite**.
- NATURALIA soutient le développement d'une agriculture plus résiliente, favorisant notamment la régénération des sols, car leur santé impacte profondément le cycle de l'eau, la biodiversité et le climat.

*lively*.earth

Depuis l'automne 2023, NATURALIA fait partie des co-fondateurs d'un collectif à but non lucratif : Lively Earth, dont l'objectif est d'oeuvrer au développement de l'agriculture régénérative.

On retrouve en magasin des marques engagées dans le bio régénératif comme SOY et OMIE.



## 1190 NOUVEAUX PRODUITS :

Taux de renouvellement de l'offre : 15%



## LES NOUVEAUTÉS :

- **OCEAN KISS**, du saumon végétal
- La brasserie **PARALLÈLE**, bière sans alcool
- **MINI MOUNTAINS**, des barres gourmandes, saines, 100% naturelles
- **PATRIMONIAM**, le saucisson sans nitrites
- **AXEL & PAUL**, fournisseur de vrac, qui travaille avec des agriculteurs dans le sud-ouest

## SYMBIOSE, UN PARTENARIAT SAIN, BON ET LOCAL

Une fabrication artisanale dans un atelier parisien (19<sup>e</sup>)