

PROJECTEURS

L'ÉCLAIRAGE INDISPENSABLE
POUR PRÉPARER VOTRE PROJET

DEVENIR NATUROPATHE



SEPTEMBRE 2021

bpifrance

CRÉATION

PROJECTEURS

AVANT-PROPOS

Les dossiers Projecteurs constituent un outil de premier niveau d'analyse d'un métier ou d'un secteur. Ils s'adressent aux porteurs de projets entrepreneuriaux, futurs micro-entrepreneurs ou dirigeants de TPE (commerçants, artisans, professions libérales, *etc.*), et à leurs conseillers.

Chaque dossier présente de façon synthétique et pédagogique une description de l'activité sur les plans économique et réglementaire, les tendances, les chiffres-clés du métier et/ou du marché, la réglementation applicable, des contacts et des sources d'information, une bibliographie ainsi que de nombreux conseils.

Ce document ne développe pas la méthodologie générale de création/reprise d'entreprise. Celle-ci est détaillée sur le site **[Bpifrance-creation.fr](https://bpifrance-creation.fr)**. Vous y trouverez des contenus spécifiques sur les **structures juridiques**, les **financements**, les **aides**, la **fiscalité**, les **locaux**, le **statut de l'entrepreneur**... Rapprochez-vous également des **réseaux d'accompagnement** à la création/reprise d'entreprise pour une étude locale de votre marché.

Si vous souhaitez actualiser les informations contenues dans ce dossier, n'hésitez pas à vous renseigner directement auprès des sources mentionnées.

Le dossier Projecteurs DEVENIR NATUROPATHE est édité par Bpifrance.

Son contenu est 100 % numérique. Il est vendu au prix de 16 € TTC à l'adresse : <https://bpifrance-creation.fr/librairie>

27-31, avenue du Général Leclerc, 94700 Maisons-Alfort

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Nicolas Dufourcq

CONTACTS

Sonia Julaud (sonia.julaud@bpifrance.fr)

Laurence Tassone (laurence.tassone@bpifrance.fr)

ISBN : 978-2-38076-028-6

Bpifrance, septembre 2021

MISES EN GARDE

1. Ce dossier est réalisé par Bpifrance Création avec la collaboration de certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, Bpifrance ne peut garantir les informations dans le temps et décline toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles. Les exemples sont donnés à titre indicatif et non exhaustif, et ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité de Bpifrance à quelque titre que ce soit.
2. Ce dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise. Seules sont analysées les spécificités d'une profession. Pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création d'entreprise, reportez-vous au site Internet de Bpifrance Création : <https://bpifrance-creation.fr>
3. En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de Bpifrance Création. Pour toute demande, utilisez le [formulaire de contact](#) du site de Bpifrance Création.

PROJECTEURS

DEVENIR NATUROPATHE

“ Notre corps est notre jardin et notre volonté en est le jardinier. ”

William Shakespeare*

MERCI

aux personnes qui ont bien voulu répondre à nos questions, en particulier :

- Alexandra Attalauziti, présidente du Syndicat des professionnels de la naturopathie (**SPN**)
- Jérôme Poiraud, membre de la commission Référentiel métier de l'Organisation de la médecine naturelle et de l'éducation sanitaire (**Omnes**)

Merci également à :

- Alioune Diaw, président de la Fédération française des écoles de naturopathie (**Féna**)
- Maïté Diharce, coordonnatrice de l'Organisation de la médecine naturelle et de l'éducation sanitaire (**Omnes**)

N'hésitez pas à partager avec nous vos réflexions et expériences !

PROJECTEURS



AVERTISSEMENT

Chers créateurs entrepreneurs,

Vous venez d'acquérir ce dossier Projecteurs rédigé pendant la crise liée à la Covid-19.

Une grande partie des secteurs d'activité et des métiers que nous traitons dans ces dossiers ont vu leurs perspectives de marché à court terme bouleversées par cet arrêt brutal et inédit de l'activité lié aux périodes de confinement et par une reprise plus ou moins effective et rapide selon les activités.

Les informations que nous mettons à votre disposition dans la partie 3 des dossiers Projecteurs sont, pour la plupart, des éléments concernant la structure de votre marché qui restent pertinents pour la mise en place de votre projet.

En cette période incertaine, les organisations professionnelles mentionnées dans la dernière partie de chaque dossier Projecteurs sont mobilisées pour accompagner au mieux leurs adhérents actuels et futurs dans la traversée de cette crise ou la création de leur entreprise. Afin d'obtenir les informations les plus récentes sur l'évolution de votre futur marché, nous vous invitons à vous rapprocher de ces organisations qui sont les plus à même de vous communiquer les derniers chiffres et les éventuelles mesures spécifiques mises en place par le gouvernement en faveur de votre secteur.

Parallèlement à cette démarche, nous vous conseillons d'effectuer une veille régulière en mettant en place les actions suivantes :

- Surveillez les nouveaux contenus de **Bpifrance Création** et abonnez-vous à sa **newsletter**.
- Effectuez une veille sur le site du **Cedef**, le centre de documentation du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance.
- Consultez régulièrement des sources qui suivent l'activité sectorielle, comme les *newsletters* des revues sectorielles, notamment celles mentionnées dans la partie 7 de chaque dossier Projecteurs.

Nous vous souhaitons une belle réussite dans votre projet !

L'équipe des dossiers Projecteurs

SOMMAIRE

1.	EN BREF	6
2.	DÉFINITION DE LA PROFESSION	8
3.	ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ	12
4.	MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ	24
5.	ÉLÉMENTS FINANCIERS	27
6.	RÈGLES DE LA PROFESSION	30
7.	CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION	35

**EN
BREF**

1.

EN BREF

Alimentation, gestion du stress et exercices physiques sont les trois piliers de la naturopathie. Cette pratique non conventionnelle du mieux-être, appartenant aux techniques de médecine douce, est de plus en plus explorée par de nouveaux entrepreneurs et sollicitée par les Français, qui en ont majoritairement une bonne image. De façon plus générale, le segment du mieux-être est actuellement très porteur, favorisant des opportunités de création d'entreprise !

La naturopathie fait partie des disciplines qui s'inscrivent dans la démarche d'amélioration de la vie des Français : le stress, les problèmes de sommeil, la gestion des émotions sont des préoccupations fortes, intensifiées par la crise de la Covid-19. Les Français souhaitent améliorer leur forme physique et leur bien-être. L'alimentation est également au cœur de leurs questionnements. Près de 6 Français sur 10 déclarent avoir une bonne image de la naturopathie.

Même si la plupart des praticiens exercent en cabinet, ils élargissent de plus en plus leurs lieux d'intervention : centres de remise en forme, fédérations sportives, magasins bio, mais également les entreprises, où la naturopathie commence tout juste à faire son entrée.

Diversifier son offre en proposant des techniques complémentaires, telles que le shiatsu, la méditation, le yoga, le *coaching*, permet également de fidéliser les clients tout au long de l'année, car ces derniers ne prennent en général rendez-vous pour une séance en naturopathie qu'une à deux fois par an.

Le développement de l'activité de naturopathe peut donc s'appuyer sur de nombreuses stratégies, mais il repose avant tout sur une aptitude : la gestion d'entreprise. Une qualité parfois négligée, voire reniée, par certains praticiens de techniques de soin non conventionnelles. Or, l'activité ne se limite pas à l'installation d'un cabinet et à la prise de rendez-vous. Il faut aussi consacrer de nombreuses heures à la comptabilité, mais surtout à la communication et à la prospection afin de vous faire connaître et ainsi vous constituer une clientèle suffisante pour assurer un niveau de chiffre d'affaires régulier et satisfaisant.

CHIFFRES-CLÉS

10 %

**des Français ont déjà consulté
un naturopathe**

33 %

**des Français dépensent entre 50 € et 100 €
en médecines douces par an**

(Harris Interactive pour Santéclair, Therapeutes.com ; en France en novembre 2019 – chiffre de gauche – et en août 2018 – chiffre de droite)

2.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Activité

L'activité de naturopathe, qui fait l'objet de ce dossier Projecteurs, concerne uniquement des **pratiques à visée non médicale, réalisées par un praticien n'appartenant pas au corps médical** (voir la rubrique « **L'exercice illégal de la médecine** » en partie 6).

Le naturopathe exerce en face à face, en général en cabinet, en tant que travailleur indépendant, mais aussi ponctuellement en tant que prestataire :

- en centre de bien-être, de thalassothérapie, dans les hôtels ;
- dans les fédérations sportives ;
- en maison de naissance ;
- en centre d'accueil de stages et séminaires ;
- en club de vacances et de loisirs ;
- en magasin bio ;
- en laboratoire de compléments alimentaires ;
- et plus rarement : en entreprise et en pharmacie.

Codes d'activité principale

La naturopathie ne correspond pas à un code spécifique d'activité principale de l'entreprise (APE) au sein de la nomenclature d'activités française (NAF, révision 2 de 2008).

Elle peut être classée dans la catégorie des « Activités de santé humaine non classées ailleurs » (code NAF **86.90F**), qui comprend :

- les activités des praticiens exerçant dans les domaines de la psychothérapie et de la psychanalyse ;
- les activités des psychologues à vocation thérapeutique ;
- les activités des sophrologues à vocation thérapeutique ;
- les activités des praticiens exerçant dans les domaines de l'acupuncture, de l'homéopathie, etc. ;
- les activités des guérisseurs, rebouteux, etc.

Ce code NAF ne comprend pas les activités des psychologues auprès des particuliers, hors conseil à vocation thérapeutique (96.09Z).

Lorsque le praticien a une orientation « bien-être » (notamment lorsqu'il propose également des massages), son activité de naturopathe peut aussi être classée dans la catégorie des « Autres services personnels non classés ailleurs » (code NAF **96.09Z**), qui comprend :

- les activités des astrologues et des spirites ;
- les activités liées à la vie sociale, par exemple les activités des hôtesse, des agences de rencontres et des agences matrimoniales ;
- les activités des psychologues auprès des particuliers, hors conseil à vocation thérapeutique ;
- les activités des sophrologues auprès des particuliers, hors conseil à vocation thérapeutique ;
- les services pour animaux de compagnie : hébergement, soins et dressage ;
- les services de recherche généalogique ;

DÉFINITION DE LA PROFESSION

- les activités des studios de tatouage et de perçage corporel ;
- les services des cireurs, des porteurs, des préposés au parage des véhicules, etc. ;
- l'exploitation de machines de services personnels fonctionnant avec des pièces de monnaie (photomatons, pèse-personne, appareils de mesure de la tension artérielle, consignes à pièces, etc.).

Ce code NAF ne comprend pas :

- les activités vétérinaires (75.00Z) ;
- les activités des psychologues à vocation thérapeutique (86.90F) ;
- les machines à laver fonctionnant au moyen de pièces de monnaie (96.01B) ;
- les machines à sous automatiques (92.00Z) ;
- les jeux fonctionnant au moyen de pièces de monnaie (93.29Z).

Pour en savoir plus :

→ Rubrique « **Activité de votre entreprise : code APE, code NAF, qu'est-ce que c'est ?** » sur le portail du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance.

Les médecines douces

La naturopathie fait partie, au même titre que, entre autres, la sophrologie, la mésothérapie, l'auriculothérapie et l'acupuncture, des techniques dénommées :

- « pratiques de soins non conventionnelles » (PSNC) par le ministère des Solidarités et de la Santé ;
- « thérapies complémentaires » par l'Académie nationale de médecine ;
- « interventions non médicamenteuses » (INM) par la Haute autorité de santé (HAS) ;
- « médecines complémentaires » par l'Assistance publique des hôpitaux de Paris (AP-HP) ;
- « médecines traditionnelles » par l'Organisation mondiale de la santé (OMS).

Elles ont pour point commun de n'être ni reconnues sur le plan scientifique par la médecine conventionnelle, ni enseignées au cours de la formation initiale des professionnels de santé.

La naturopathie est donc une technique non réglementée et pratiquée hors d'un cadre médical.

Les praticiens n'établissent pas de diagnostic. Ils n'entendent pas « soigner », mais ont pour objectif d'apporter un « mieux-être ».

Les pratiques commerciales trompeuses sont étroitement surveillées par la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF ; voir la rubrique « **Les pratiques commerciales trompeuses** » en partie 6).

Source : MINISTÈRE DES SOLIDARITÉS ET DE LA SANTÉ. « **Les pratiques de soins non conventionnelles** », rubrique mise à jour le 13/06/2017.

À noter : la législation et la reconnaissance concernant les pratiques de soins non conventionnelles étant en évolution, il est conseillé de consulter régulièrement les sites Internet des organismes professionnels figurant dans la partie 7 « **Contacts et sources d'information** » de ce dossier Projecteurs.

AUTRES PRATIQUES EN MÉDECINES DOUCES

D'autres disciplines du mieux-être sont abordées dans les dossiers Projecteurs dédiés au thème « **Santé – Bien-être – Beauté** ». Voir notamment « **Devenir professeur de yoga/Ouvrir un studio de yoga** » (publié en juin 2021) et « **Devenir sophrologue, hypnothérapeute** » (publié en juillet 2021), disponibles sur la librairie de Bpifrance Création.

Aptitudes

Comme bien des métiers liés aux « pratiques de soins non conventionnelles », la naturopathie est souvent un métier de reconversion ou exercé en parallèle d'une profession salariée : 93 % des praticiens en médecines douces déclarent avoir exercé une autre profession auparavant.

Source : HARRIS INTERACTIVE POUR MÉDOUCINE. « [Enquête sur la santé des Français et leur relation aux médecines douces en période de Covid](#) », publiée en avril 2021.

Pour exercer et assurer le développement de son activité, le naturopathe doit :

- **Être pédagogue** : prendre le temps d'expliquer le déroulement et le but de sa prestation (techniques, objectifs, coût).
- **Développer son relationnel** : faire preuve de bienveillance, de douceur et d'empathie. Chaque client doit se sentir unique.
- **Être à l'écoute, dialoguer** pour définir précisément les attentes du client : établir une bonne communication permet de mieux cerner son profil afin de personnaliser les séances et d'améliorer ainsi sa satisfaction.
- **Mettre en place une relation de confiance** : le client doit se sentir à l'aise.
- **Avoir une bonne connaissance de lui-même** et une vision positive de la vie : tout praticien de bien-être s'applique à lui-même ce qu'il enseigne.
- **Être créatif et organisé** pour préparer ses entretiens avec soin.
- **Posséder des aptitudes en communication** pour faire connaître son activité.
- **Avoir des compétences entrepreneuriales**, car, dernier point et non des moindres, l'objectif est d'assurer la rentabilité de l'activité.

Entrepreneur avant tout

Parce que les médecines douces et pratiques du mieux-être comptent de plus en plus de clients en France, le nombre de naturopathes est en croissance. Selon Alexandra Attalauziti, présidente du Syndicat des professionnels de la naturopathie (SPN), cela n'empêche pas le fait qu'il y ait de la place pour tout le monde : il est par exemple possible de se spécialiser dans les prestations en entreprise ou en gestion de la douleur pour les longues maladies pour approcher d'autres clients que ceux de ses concurrents.

Mais un marché porteur ne suffit pas à garantir le succès de l'activité. Pour se développer, le naturopathe doit posséder **l'esprit d'entreprise**, qualité parfois négligée, voire reniée par les acteurs du secteur des médecines douces. L'exercice d'un métier du mieux-être peut en effet sembler opposé au principe de profit.

Or, s'installer en cabinet libéral est une entreprise d'envergure : **le développement de l'activité est long**, car elle ne se limite pas à l'installation du cabinet et aux rendez-vous avec le client. Elle implique la gestion administrative de l'entreprise et surtout de la communication et de la prospection commerciale, clés de voûte de son bon développement (voir la rubrique « [Communication](#) » en partie 3).

De façon générale, il faut compter deux ans avant de se constituer une clientèle suffisante pour dégager un revenu raisonnable. Une réalité qui implique parfois des sacrifices personnels et familiaux : restrictions budgétaires, report de projets immobiliers ou de vacances par exemple.

De nombreux praticiens conservent une activité salariée en parallèle, du moins au début, ou bien exercent plusieurs disciplines pour compléter leurs revenus : massages bien-être, réflexologie, sophrologie...

Faire une solide étude de marché est donc indispensable pour se lancer. S'il ne s'agit pas de devenir riche – objectif souvent peu réaliste dans ce secteur –, tout praticien souhaite que son activité perdure pour s'y épanouir et en tirer les avantages : la liberté des horaires, mais surtout la satisfaction d'aider autrui.

3.

**ÉLÉMENTS
DE L'ÉTUDE
DE MARCHÉ**

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché

Le Syndicat des professionnels de la naturopathie (SPN) estime que le nombre de naturopathes en France s'élève à plus de 6 000, d'après les données fournies par la Chambre nationale des professions libérales (CNPL). Cela représente une progression de + 17 % en 2020 – qui aurait pu s'élever à + 22 % si la crise de la Covid-19 n'avait pas eu lieu.

De son côté, l'Organisation de la médecine naturelle et de l'éducation sanitaire (Omnes) fait une évaluation plus élevée, à 9 000 praticiens. Cette estimation inclut aussi ceux qui ne sont pas affiliés à un organisme professionnel.

Source : informations recueillies par Bpifrance auprès d'Alexandra Attalauziti, présidente du SPN, et de Maïté Diharce, coordinatrice de l'Omnes, en mai 2021.

Les créations d'entreprises

L'activité de naturopathe n'ayant pas de code NAF attribué (voir la rubrique « **Activité** » en partie 2), les statistiques de créations d'entreprises spécifiques à la profession ne sont donc pas disponibles.

Localisation géographique

Nous ne disposons pas de données chiffrées concernant la répartition géographique des naturopathes en France. En revanche, le « **Baromètre santé, édition 2019** » de Pages Jaunes, qui détaille le nombre de recherches concernant la santé en général dans tous les départements français, indique la localisation de « déserts médicaux » avant tout dans la partie nord de la France.

L'impact de la pandémie de Covid-19

Le premier confinement lié à la pandémie de Covid-19 a eu un impact fort sur l'activité des praticiens de médecines douces :

- baisse du chiffre d'affaires de plus de 30 % pour 45 % des praticiens ;
- 20 % des praticiens ont augmenté leur chiffre d'affaires sur les cinq premiers mois de l'année 2020 (janvier-mai) vs la même période en 2019 ;
- 75 % des praticiens ont été confrontés à l'arrêt total de leur activité durant le premier confinement au printemps 2020 ;
- seulement 5 % des praticiens n'ont pas diminué leur niveau d'activité sur la période.

Mais dès le déconfinement en mai 2020, la reprise a été forte, avec une hausse du chiffre d'affaires pour 45 % des praticiens par rapport à la même période en 2019 (mai-octobre).

*Source : HARRIS INTERACTIVE POUR MÉDOUCINE. « **Enquête sur la santé des Français et leur relation aux médecines douces en période de Covid** », publiée en avril 2021.*

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La quête du bien-être

Le stress serait le mal du siècle

Les activités de mieux-être sont de plus en plus explorées. La naturopathie entre dans ce cadre : les demandes peuvent concerner le stress, la gestion des émotions et l'alimentation.

En 2019, si les Français (de 18 ans et plus) ont dans l'ensemble le sentiment de maîtriser leur vie (76 %), nombre d'entre eux se disent souvent préoccupés par leur travail (72 %), leur avenir (68 %) et celui de la planète (67 %), leur santé (63 %) et leur rythme de vie (58 %).

Trois quarts des cadres aspirent à davantage de moments pour eux, essentiellement en raison du stress, en particulier celui de la vie professionnelle (pour 72 % des Français en moyenne, dont 77 % de femmes, 78 % de jeunes actifs et 81 % de cadres).

Les Français tirent satisfaction de leurs loisirs (notamment le sport pour 1 personne sur 2) et des rencontres avec leurs proches, mais aussi des activités de détente comme la méditation, le spa et le yoga (1 sur 3).

Un ressenti accentué par les conséquences de l'épidémie de Covid-19

La crise sanitaire a exacerbé ce besoin de se recentrer sur soi et sur le sens donné à sa vie :

- 59 % des Français se disent stressés par le quotidien en début d'année 2021 et 27 % souffrent d'insomnie. Ils souhaitent prendre soin d'eux, ce qui signifie « se relaxer, se détendre, s'accorder du temps, se reposer ».
- 47 % se trouvent épuisés par les choix qu'ils doivent faire en permanence, et 56 % ont du mal à profiter de l'instant présent.
- Pour 79 % d'entre eux, être en bonne santé signifie prendre soin de son corps et de son esprit (un taux qui monte à 86 % chez les femmes des catégories socio-professionnelles supérieures).

Pour gérer le stress lié à la crise de la Covid-19, plus de 6 Français sur 10 âgés de 18 ans et plus ont ressenti, en août 2020, l'envie de se reprendre en main tant sur le plan physique que moral, mais aussi de façon générale au regard de leur bien-être.

Depuis l'apparition de la pandémie de Covid-19, 8 Français sur 10 pensent que les médecines douces peuvent être une réponse à leurs problèmes de stress, de fatigue et de peur.

Les praticiens confirment que le stress, l'anxiété et les phobies étaient les premiers motifs de rendez-vous lors du confinement du printemps 2020, suivis par la fatigue et les insomnies. Et 28 % des Français qui ont recours aux médecines douces ont augmenté les visites à leur praticien.

Sources :

- HARRIS INTERACTIVE POUR MÉDOUCINE. « [Enquête sur la santé des Français et leur relation aux médecines douces en période de Covid](#) », publiée en avril 2021.
- HARRIS INTERACTIVE POUR UBER. « [Les Français et le stress](#) », enquête publiée le 06/11/2019.
- HARRIS INTERACTIVE POUR WW. « [Le bien-être des Français à la rentrée](#) », enquête publiée le 01/09/2020.
- PRISMA MEDIA SOLUTIONS EN PARTENARIAT AVEC CSA CONSUMER SCIENCE & ANALYTICS. « [Observatoire santé 2021](#) », étude publiée en avril 2021.

Pour en savoir plus :

- ➔ SANTÉ PUBLIQUE FRANCE. « [Coviprev : une enquête pour suivre l'évolution des comportements et de la santé mentale pendant l'épidémie de Covid-19](#) », mise à jour le 19/08/2021.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les Français et les médecines douces

En 2020, plus de 92 % des Français ont déjà entendu parler des médecines douces et 85 % en ont une bonne image, opinion exprimée davantage par les femmes (88 %) que par les hommes (81 %).

La popularité des médecines douces est donc en hausse : si 13 % des Français en avaient une mauvaise image en 2019, ils ne sont plus que 8 % dans ce cas en 2021. Il existe cependant des disparités régionales : c'est dans le Sud-Est que l'opinion est la plus favorable (88 %), et dans le Nord-Est que ces pratiques sont les moins cotées (79 %).

Le recours aux médecines douces est en hausse depuis 2016 : en février 2021, 56 % des Français ont déjà vu au moins une fois un praticien, et 6 % d'entre eux ont démarré cette pratique depuis le début de la crise de la Covid-19.

Cependant, l'offre ne serait pas suffisante, et la qualité ne serait pas toujours au rendez-vous :

- dans 1 cas sur 2, le client a des difficultés à trouver un praticien près de chez lui ou des créneaux horaires disponibles ;
- dans plus de 1 cas sur 3, le client fait face à un manque de sérieux et de professionnalisme de la part du praticien.

Sources :

- HARRIS INTERACTIVE POUR MÉDOUCINE. « [Enquête sur la santé des Français et leur relation aux médecines douces en période de Covid](#) », publiée en avril 2021.
- THERAPEUTES.COM. « [Baromètre 2018 des médecines douces en France](#) », publié le 30/08/2018.

Les Français et la naturopathie

Selon une étude réalisée en 2019 par Harris Interactive pour Santéclair, 59 % des Français déclarent avoir une bonne image de la discipline. En 2018, la naturopathie occupe la 5^e place des médecines douces jugées les plus efficaces parmi 200 pratiques (l'ostéopathie, l'homéopathie et l'acupuncture formant le trio de tête). L'aromathérapie et la phytothérapie, parfois pratiquées par les naturopathes, arrivent respectivement en 4^e et 6^e position.

Des chiffres qui entrent en résonance avec la forte progression du nombre de recherches concernant la naturopathie effectuées sur les Pages Jaunes : 700 000 recherches ont été faites sur le sujet en 2018, ce qui représente une hausse de + 68 % par rapport à 2015.

Sources :

- HARRIS INTERACTIVE POUR SANTÉCLAIR. « [Troisième volet sur les médecines douces de l'observatoire des parcours de soins](#) », enquête publiée le 15/11/2019.
- PAGES JAUNES. « [Baromètre santé, édition 2019](#) », publié en juillet 2019.
- THERAPEUTES.COM. « [Le baromètre 2018 des médecines douces en France](#) », publié le 30/08/2018.

Les tendances du secteur

L'alimentation

Le « mieux manger » au cœur des préoccupations des Français

Le naturopathe peut accompagner son client en matière de nutrition, préoccupation grandissante chez les Français. La prise de conscience, non seulement des méfaits du stress, mais aussi des enjeux environnementaux et l'envie d'un retour à la simplicité amènent les Français à chercher une vie plus équilibrée. Relaxation, activité physique, mobilité douce, recyclage et alimentation saine connaissent aujourd'hui un fort regain d'intérêt.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La vaste majorité des Français estime que « mieux manger » signifie, entre autres, être attentif à l'impact des produits sur l'organisme (limiter les pesticides, les additifs, consommer des produits bio, etc.), ainsi que manger en faisant attention à la dimension nutritionnelle et calorique des aliments (manger moins gras, moins salé, moins sucré, plus de fruits et légumes). Il s'agit d'un positionnement fortement soutenu par les femmes. Pour autant, les Français placent encore le plaisir de manger au premier rang de leurs motivations sur le plan alimentaire (94 %). Mais l'un n'est pas exclusif de l'autre !

Plus de la moitié des Français consomme souvent, voire systématiquement, des produits bios (58 %). Une démarche qu'ils perçoivent cependant comme ardue : 65 % – avant tout les hommes – trouvent que les recommandations alimentaires sont difficiles à concilier au quotidien. Ils se sentent coupables quand ils ne les respectent pas (53 %), et elles peuvent même enlever une partie du plaisir qu'ils éprouvent lors des repas. C'est particulièrement vrai chez les moins de 35 ans.

Source : HARRIS INTERACTIVE POUR L'OBSERVATOIRE CETELEM. « **Santé, environnement, une alimentation sous contrôle ?** », étude publiée le 17/12/2019.

Un recours aux compléments alimentaires en hausse

Dans le cadre de ses conseils en matière de nutrition, le naturopathe peut proposer à ses clients de prendre des compléments alimentaires.

Dans son « Observatoire des compléments alimentaires 2021 », le Syndicat national des compléments alimentaires (Synadiet) indique qu'en 2020, les Français se sont largement tournés vers ces produits dans l'intention d'entretenir leur immunité et de lutter contre le stress et les troubles du sommeil.

Plus de la moitié des Français déclare avoir consommé des compléments alimentaires au cours des 24 derniers mois, et 38 % en auraient consommé pour la première fois au cours de l'année 2020. Depuis le début de la crise sanitaire, les effets recherchés sont le renforcement du système immunitaire (47 %), de la vitalité/l'énergie (38 %), de l'amélioration du sommeil/la relaxation (36 %) et de la régulation du stress (36 %).

La crise de la Covid-19 a amené les consommateurs à faire des choix qu'ils considèrent comme plus responsables. Le caractère naturel des produits, l'absence d'additifs, la fabrication ou l'origine française des ingrédients sont valorisés.

Les consommateurs de compléments alimentaires sont majoritairement des femmes (57 %), en couple, avec enfants (46 %), d'une moyenne d'âge de 45 ans. Elles sont engagées dans une démarche de prévention santé (36 %), ont une alimentation saine et équilibrée (53 %) et font attention à la qualité des produits qu'elles consomment (41 %).

Source : HARRIS INTERACTIVE POUR SYNADIET. « **Nouvelles tendances consommateurs dans les compléments alimentaires** », enquête publiée le 05/03/2021.

Toutefois, **des précautions sont à prendre autour des compléments alimentaires** :

L'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) précise qu'à la différence des médicaments, la commercialisation des compléments alimentaires ne nécessite pas d'autorisation de mise sur le marché.

Ces produits font l'objet de déclarations auprès de la Direction de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) qui examine leur composition et réalise des contrôles à l'instar des autres catégories de denrées alimentaires.

Plusieurs dispositions réglementaires aux niveaux européen et national établissent la liste des ingrédients autorisés dans les compléments alimentaires : vitamines, minéraux et plantes, ainsi que les doses journalières maximales à ne pas dépasser pour les vitamines et minéraux. Ces listes peuvent être consultées sur le [site de la DGCCRF](#).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les compléments alimentaires n'étant pas des médicaments, ils ne peuvent donc pas, par définition, revendiquer un effet thérapeutique. Par ailleurs, les allégations nutritionnelles et de santé, susceptibles d'être indiquées sur les produits, sont strictement encadrées par la réglementation européenne. À ce jour, un nombre limité d'allégations de santé est autorisé, la liste peut être consultée sur le site de la [**Commission européenne**](#).

Source : ANSES. « [**Les compléments alimentaires, nécessité d'une consommation éclairée**](#) », article mis à jour le 08/02/2021.

Pour en savoir plus :

- Rubriques « [**La vente de produits**](#) » en partie 5 et « [**La réglementation sur les compléments alimentaires en France**](#) » en partie 6 de ce dossier Projecteurs.

Les débouchés de la naturopathie

Le naturopathe indépendant exerce souvent en cabinet libéral, mais les alternatives pour diversifier ses revenus sont nombreuses :

- **Les centres de remise en forme, de thalassothérapie, les spas**

Les pratiques de médecines douces sont de plus en plus courantes dans ce type d'établissements. Le naturopathe peut notamment donner des conseils en alimentation et animer des ateliers culinaires, proposer des séances de relaxation ou des massages.

- **Les clubs de vacances et de loisirs**

Les offres de bien-être sont de plus en plus présentes dans les infrastructures touristiques, au même titre que les activités ludiques et sportives. Certains organismes de tourisme et hôtels proposent des séjours « zen » ou « nature », dans lesquels la naturopathie peut trouver sa place, lors de cours de cuisine, ou d'ateliers sur l'alimentation, la relaxation et l'exercice physique.

- **Les centres d'accueil d'événements (stages, séminaires, retraites)**

En milieu rural, il peut être intéressant de démarcher ces lieux qui, toute l'année, accueillent un public de particuliers ou de salariés cherchant à se ressourcer loin de la ville.

- **Les fédérations et associations sportives**

Gestion du mental, alimentation, préparation physique, massages : les prestations d'un naturopathe peuvent venir compléter l'entraînement des sportifs.

- **Les maisons de naissance**

En collaboration avec les sages-femmes, le naturopathe peut accompagner les femmes enceintes dans l'apprentissage de techniques de relaxation et de gestion des émotions.

- **Les magasins bio**

De façon ponctuelle, le naturopathe peut offrir ses services pour conseiller les clients sur l'hygiène de vie, la nutrition, et les aiguiller le cas échéant vers les produits en vente dans la boutique. Dans certains cas, il peut proposer des ateliers, voire des mini rendez-vous, parfois dans un local mis à disposition par le magasin. Attention cependant au salariat déguisé si la collaboration est régulière (voir la rubrique « [**Structure juridique**](#) » en partie 6).

- **Les laboratoires de compléments alimentaires**

Le naturopathe peut intervenir comme prestataire pour apporter ses conseils dans l'élaboration et la commercialisation de produits, mais aussi dans la formation à l'usage des produits auprès des

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

naturopathes.

- **Les Ehpad et centre d'hébergement de séniors**

Le naturopathe peut proposer une approche bien-être, avec des massages, de la réflexologie, de la relaxation, pour une meilleure gestion du stress ou de la douleur.

D'autres lieux sont moins exploités, mais prometteurs pour l'avenir :

- **Les entreprises (et administrations publiques)**

Les entreprises de toutes tailles – et pas seulement les grands groupes – montrent un intérêt grandissant pour le bien-être de leurs employés. En 2020, 55 % des Français se déclarent stressés au travail. L'Indice de bien-être au travail (Ibet) montre que le coût du désengagement et de la non-disponibilité d'un salarié du secteur privé est de l'ordre de 14 310 € par an.

De plus en plus d'employeurs organisent des activités de détente, souvent à l'heure du déjeuner ou en fin de journée, mais aussi des stages de quelques heures à une journée entière ou des ateliers d'une heure lors d'un séminaire. Le Global Wellness Institute estime qu'en France, 12 millions de personnes ont bénéficié de ce type d'activités en 2018, pour un budget de près de 2 milliards d'euros.

Pour accéder à ce marché encore peu occupé, il s'agit de démarcher en direct les sociétés via les comités d'entreprise et les référents en Qualité de vie au travail (QVT), ou bien de contacter les plateformes spécialisées en prestations de bien-être aux entreprises.

- **Les pharmacies**

De plus en plus de pharmacies souhaitent former leurs préparateurs à la naturopathie. Elles accueillent aussi ponctuellement des prestataires naturopathes pour conseiller leurs clients en matière de compléments alimentaires, huiles essentielles et hygiène de vie.

Le naturopathe peut aussi se faire connaître auprès des professeurs de yoga, de danse, d'arts martiaux, des sophrologues, des hypnothérapeutes, des réflexologues, des praticiens en shiatsu ou en massages bien-être, afin de toucher un plus large public en recherche de mieux-être.

Sources :

- ACCOR. « [It's a wellness world: the global shift shaking up our business](#) », livre blanc publié en 2019.
- ADP RESEARCH INSTITUTE. « [Workforce View 2020 : une étude mondiale](#) », publiée en janvier 2020.
- GLOBAL WELLNESS INSTITUTE. « [Europe wellness economy monitor](#) », étude publiée en octobre 2018.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès d'Alexandra Attalauziti, présidente du SPN, en mai 2021.
- LE MAGAZINE THERMAL. « [La naturopathie en cure thermique](#) », article publié le 07/03/2018.
- MOZART CONSULTING POUR APICIL. « [L'Ibet®, un indice pour mesurer le capital santé des collaborateurs](#) », article publié le 16/10/2020.

Communication

L'exercice d'une profession du mieux-être peut sembler bien éloigné de l'élaboration d'une stratégie de communication, surtout si vous quittez un métier dans le domaine du marketing ou de la vente pour vous consacrer à la pratique de la naturopathie.

Toutefois, pour assurer le bon développement de l'activité, il est indispensable de se faire connaître, non seulement auprès des particuliers, des entreprises, des infrastructures médicales, scolaires, sportives, des magasins bio, mais aussi des professionnels de santé qui peuvent être vos prescripteurs (médecins, thérapeutes, pharmaciens).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Pierre angulaire de l'édifice : le site Web ou le blog

Selon **Annuaire Hypnothérapie**, 83 % des clients trouvent leur praticien grâce à Internet. À l'instar des clients de cette profession, beaucoup de vos futurs clients commenceront, eux aussi, par une recherche Internet pour se renseigner sur vous, votre expertise et votre réputation. Il vous faut donc créer *a minima* une page Internet, ou mieux, un site ou un blog.

Quelques conseils pour se lancer :

- Présentez les principes de la naturopathie (parfois méconnus), vos éventuelles spécialités (par exemple : enfants et adolescents, femmes, seniors, entreprises, sportifs). Expliquez clairement le déroulement d'une séance.
- Racontez votre parcours en mettant en valeur votre expérience et parlez de votre vision de la naturopathie. Comme dans toute démarche de communication, le *storytelling* est important.
- Rendez bien visible et facile d'utilisation la rubrique « Contact ».
- Indiquez le(s) lieu(x) où vous pratiquez, ainsi que vos tarifs.
- Un espace de réservation en ligne peut être ajouté pour faciliter la prise de rendez-vous.
- Annoncez les événements, ateliers, stages que vous organisez.
- Illustrez votre site avec des photos de vous, si vous le souhaitez, et des visuels reflétant l'état d'esprit de votre pratique. Si vous possédez votre propre cabinet, réaliser des clichés véhiculant son ambiance apaisante et chaleureuse peut être une bonne idée.
- Publiez du contenu éditorial : les textes que vous rédigez et le choix des sujets permettent au visiteur d'en savoir plus sur votre personnalité, votre expérience. Il faut le faire régulièrement afin de fidéliser l'auditoire et d'améliorer le référencement de votre site. Vous pouvez partager des articles issus de médias (textes sur la santé, la nutrition, la psychologie, les médecines douces en général), ou prendre la plume pour exposer votre vision de la pratique. Pourquoi ne pas envoyer une *newsletter* ? Cela peut prendre un peu de temps, mais permet d'établir un contact régulier avec de potentiels clients.
- Inscrivez votre cabinet sur les services Web pour présenter votre activité, comme par exemple le site de votre commune, les annuaires professionnels, les sites spécialisés de prise de rendez-vous en ligne ou encore les Pages Jaunes et Google My Business. Cela ne prend que quelques minutes et il n'est pas nécessaire d'avoir un site Internet pour le faire. Il vous suffit d'indiquer adresse et numéro de téléphone, de rédiger une description détaillée de l'activité et de poster quelques photos du cabinet. Les clients ont la possibilité de déposer des avis sur votre fiche et une note peut vous être attribuée sous forme d'étoiles. Si les avis sont positifs, c'est un bel avantage sur la concurrence.
- Travaillez le référencement Internet du site : c'est capital, pour que celui-ci arrive en tête des résultats sur les moteurs de recherche des navigateurs Internet. Des formations existent sur ce sujet, mais vous pouvez aussi le confier à un prestataire.

Pour en savoir plus :

- ➔ Rubrique « **Prévoir la communication à mettre en place pour se faire connaître** » sur le site de Bpifrance Création.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

GESTION D'UN FICHER CLIENT ET RGPD

La gestion des fichiers clients obéit à des règles déontologiques. Il est interdit de collecter et de stocker des données à caractère personnel qui ne sont pas utiles directement à l'exercice de la profession. Ces informations relèvent du Règlement général de protection des données (RGPD) visant à la protection de la vie privée.

Pour en savoir plus :

- Rubrique « **RGPD : par où commencer** » sur le site de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil).
- Rubrique « **Me mettre en conformité avec le RGPD (Cnil)** » sur le site de Bpifrance Création.

Incontournable : la carte de visite

Ce moyen de communication traditionnel ne doit pas être oublié. Elle est à remettre :

- à tous vos clients potentiels ;
- aux commerçants de votre quartier (magasins bio, coiffeurs, instituts de beauté en particulier) ;
- lors des salons auxquels vous participerez, en tant qu'exposant, conférencier, ou simple visiteur ;
- aux professionnels de santé ou de bien-être qui pourraient vous recommander.

De plus en plus nécessaires : les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont la plupart du temps gratuits, faciles d'utilisation et très utiles pour exercer dans une zone concurrentielle. Comme sur votre site Internet, il s'agit de partager articles, photos, vidéos et conseils... sans oublier d'insérer le lien vers votre site. Allez aussi visiter les pages liées au bien-être pour commenter et partager leurs *posts*, ou mettre des mentions « J'aime ». La réciprocité peut opérer et ainsi vous faire gagner en visibilité.

Les réseaux sociaux ne constituent pas qu'une vitrine de votre activité, ils permettent aussi d'animer une communauté et surtout de capter de nouveaux clients, à la recherche d'informations, qui partageront vos contenus. Vous pouvez faire réagir les abonnés en posant des questions, en créant des sondages ou des quizz par exemple.

Il faut veiller à mettre à jour votre page au moins une fois par semaine pour apparaître régulièrement dans les fils d'actualité et ne pas donner l'impression de négliger votre communication.

Les salons

La location d'un stand est coûteuse et souvent peu rentable, à moins de la partager avec d'autres praticiens du bien-être. Participer à des conférences ou des ateliers est un bon moyen de se faire connaître. Même si vous n'êtes que simple visiteur, être présent permet aussi de distribuer vos cartes de visite et de faire de belles rencontres.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les clubs d'entrepreneurs

S'inscrire à un réseau d'affaires et à des clubs d'entrepreneurs proches de chez vous ou de votre cabinet peut être une bonne façon de développer votre carnet d'adresses grâce aux rencontres entre professionnels organisées de manière régulière. C'est l'occasion de faire connaître votre activité et d'accroître le bouche-à-oreille en organisant un atelier ou une conférence par exemple.

Pour en savoir plus :

➔ POSE TA DEM'. « **Cécile : ancienne avocate devenue naturopathe** », article publié le 02/07/2018.

Les interviews, articles

N'hésitez pas à accorder des interviews ou à rédiger des articles pour tous types de médias. C'est un excellent accélérateur de visibilité.

Clientèle

Qui sont les clients des naturopathes ?

Selon l'enquête d'Harris Interactive pour Médocine, la vaste majorité des clients des praticiens de médecines douces a entre 35 et 49 ans. D'après une étude réalisée par Harris Interactive pour Santéclair en 2019, c'est auprès des femmes de catégorie sociale aisée que les médecines douces bénéficient de l'opinion la plus favorable. 59 % des répondants ont une bonne image de la naturopathie.

En 2019, 10 % des Français déclarent avoir déjà consulté un naturopathe, et parmi eux :

- 71 % disent s'y rendre au moins une fois par an et 14 % au moins une fois par mois ;
- 57 % ont un praticien qui est exclusivement naturopathe ;
- 71 % choisissent de voir toujours le même praticien ;
- 86 % se déclarent satisfaits des soins qu'ils ont reçus, dont 36 % « tout à fait satisfaits » ;
- 76 % considèrent le fait de se rendre chez leur praticien important, voire indispensable.

Le choix du praticien a été déterminé par :

- la recommandation d'un proche (35 %) ;
- la recommandation d'un professionnel de santé (24 %) ;
- la proximité cabinet-domicile du client (24 %) ;
- la proximité cabinet-lieu de travail du client (16 %).

Sources :

- HARRIS INTERACTIVE POUR MÉDOCINE. « **Enquête sur la santé des Français et leur relation aux médecines douces en période de Covid** », publiée en avril 2021.
- HARRIS INTERACTIVE POUR SANTÉCLAIR. « **Troisième volet sur les médecines douces de l'Observatoire des parcours de soins** », enquête publiée le 15/11/2019.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Conseils pour élargir sa clientèle

La naturopathie faisant de plus en plus parler d'elle, le marché est porteur, et de fait, concurrentiel. Plusieurs pistes existent pour se démarquer.

Définir des publics cibles

Connaître le type de population sur sa « zone de chalandise » est important : âge moyen, catégorie socio-professionnelle, activité professionnelle, types de loisirs. À partir de là, vous pouvez adapter votre offre : naturopathie pour enfants, adolescents, femmes, seniors, sportifs, etc.

Élargir ses compétences

Selon l'enquête réalisée par Harris Interactive pour Médoucine, uniquement 25 % des praticiens en médecines douces n'exercent qu'une seule discipline au quotidien. Les trois piliers de la naturopathie étant l'alimentation, la relaxation et les exercices physiques, les possibilités de diversification sont donc nombreuses. Habituellement, le parcours avec le client commence par une série de trois ou quatre rendez-vous, le but étant de le rendre autonome. Ensuite, un à deux rendez-vous par an sont en général programmés pour effectuer un suivi.

Ajouter des techniques de mieux-être à sa pratique (shiatsu, méditation, *coaching*, yoga) permet d'enrichir et de varier le contenu des rendez-vous, mais aussi de les multiplier, donc de compléter ses revenus.

Ces différentes compétences permettent aussi d'intervenir dans des stages longs qui proposent d'autres pratiques/disciplines ou d'autres thèmes que la naturopathie.

Organiser des *masterclass*, ateliers, conférences, stages

De quelques heures à quelques jours, ces événements permettent d'approfondir la pratique, de faire découvrir les applications de la naturopathie et de proposer des activités connexes (cours de cuisine, aromathérapie, sophrologie, yoga, massages, etc.).

Attention à évaluer minutieusement le coût de ces offres, à fixer un prix permettant de les rentabiliser et à se préparer à une possible annulation faute de participants (avec perte éventuelle des arrhes versées).

Depuis l'apparition de la pandémie de Covid-19, les conférences se digitalisent. À destination des dirigeants, responsables de ressources humaines, membres du comité économique et social (CES), responsable QVT, *happiness managers*, elles constituent un bon moyen de se faire connaître, à peu de frais. Annoncez l'événement par courriel à tous vos contacts et à votre fichier client, ainsi que sur votre site Internet et vos réseaux sociaux.

Proposer des rendez-vous à distance

Durant la première période de confinement, certains praticiens ont pu maintenir leur activité grâce au digital, un canal qui depuis s'est fortement développé. De plus, la visioconférence permet de toucher des clients partout en France, voire à l'international, et de conserver ceux qui déménagent loin de votre lieu d'exercice. Selon l'enquête Harris Interactive pour Médoucine, 51 % des praticiens interrogés pensent que les rendez-vous en ligne vont être de plus en plus demandés.

Source : HARRIS INTERACTIVE POUR MÉDOUCINE. « [Enquête sur la santé des Français et leur relation aux médecines douces en période de Covid](#) », publiée en avril 2021.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

AUTRES SOURCES D'INFORMATION POUR UNE ÉTUDE DE MARCHÉ LOCALE OU RÉGIONALE

- La mairie, les organismes consulaires (Chambre de commerce et d'industrie – CCI – et Chambre de métiers et de l'artisanat – CMA), les **données de l'Insee** (ex-Odil) et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.
- Le site de la **Direction générale des finances publiques** (DGFiP) du ministère de l'Action et des Comptes publics permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune.
- La consommation des ménages est analysée par l'Insee grâce aux **Indices de disparité des dépenses de consommation** (IDC).
- Les antennes départementales des fédérations professionnelles (voir la partie 7 « **Contacts et sources d'information** ») et la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) qui présente aussi **ses ratios par région**.
- La **base de données publiques** en *open data*.
- Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le **pôle Prisme de la Bibliothèque nationale de France** (BNF) permet l'accès – physique uniquement – à des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers, voire au niveau mondial.

4.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

L'absence de réglementation du métier de naturopathe peut donner lieu à des dérives. Il convient donc d'être vigilant, en particulier lors du choix d'une formation.

Pour en savoir plus :

- Site de la Miviludes, notamment la rubrique « [Quand une dérive thérapeutique devient-elle sectaire ?](#) ».

Ressources humaines

Formation

Le métier de naturopathe n'est pas réglementé. Il n'existe pas de diplôme d'État et son exercice est libre. À la date de publication de ce dossier, aucune formation en naturopathie n'est certifiée par le Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP).

Difficile de s'y retrouver dans le maquis des formations en médecines douces. La certification [Qualiopi](#) est néanmoins un critère de sélection. Elle sera obligatoire en janvier 2022 pour les organismes de formation bénéficiant de financements publics. Cette certification est renouvelée tous les 3 ans, en fonction de 32 critères.

Pour en savoir plus :

- INSPECTION GÉNÉRALE DE LA POLICE NATIONALE, INSPECTION GÉNÉRALE DE LA GENDARMERIE NATIONALE, MIVILUDES. « [Rapport : lutte contre les dérives sectaires](#) », publié le 25/02/2021.
- MIVILUDES. « [Rapport annuel d'activité 2016-2017](#) », publié le 20/03/2018.

Convention collective

Aucune convention collective ne s'applique spécifiquement à la pratique de la naturopathie. Cette activité dépend directement du [Code du travail](#).

Locaux

L'installation en cabinet

Lors de l'installation d'un cabinet, voici quelques critères à prendre en compte :

- L'emplacement :
 - > le local doit être visible, situé dans une zone d'activité, facile à trouver, accessible à la fois en transports en commun et en voiture, ainsi qu'aux personnes à mobilité réduite ;

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

- > si vous souhaitez offrir vos services aux entreprises, vous pouvez opter pour un cabinet proche de leurs locaux, ou dans un quartier d'affaires.
- La surface : pour l'exercice de la naturopathie, une pièce de 10 m² est suffisante. Il faudra une surface un peu plus grande si vous proposez également des activités de relaxation pratiquées au sol, et encore plus importante si vous utilisez une table de massage (15 à 20 m²).

L'INSTALLATION EN CABINET MULTIDISCIPLINAIRE

Partager les locaux avec des médecins, dentistes ou praticiens de disciplines complémentaires (ostéopathes, sophrologues, hypnothérapeutes, etc.) permet de bénéficier d'un passage plus important de clients potentiels et d'une crédibilité accrue.

L'installation à domicile

Le praticien peut exercer chez lui. Cette option est parfois l'étape choisie (et conseillée) avant de se lancer dans l'ouverture d'un cabinet, car elle est la plus économique. L'installation est aussi plus rapide, sans perte de temps dans les transports. L'idéal est de pouvoir séparer l'espace privé de l'espace de travail. Il existe toutefois des restrictions à l'exercice de l'activité à son domicile.

Pour en savoir plus :

- ➔ Rubrique « [Domiciliation et exercice de l'activité chez soi](#) » sur le site de Bpifrance Création.

La location d'une salle

Il est également possible de louer une salle à l'heure ou à la journée, dans les premiers temps, ou lorsqu'une activité est exercée en parallèle. Il faut vérifier qu'elle soit disponible le mercredi, le samedi, tôt le matin et en fin d'après-midi, lorsque les clients ont du temps libre.

L'activité étant souvent libérale, si le praticien prend à bail un local pour y exercer son activité, le bail sera alors un bail professionnel et le local devra répondre aux normes des établissements recevant du public (ERP ; voir la rubrique « [Les normes de sécurité et d'accessibilité](#) » en partie 6).

Équipement – Investissement de départ

Hormis le prix d'achat ou de location du local qui dépend fortement de la taille de la ville et de la réputation des quartiers, l'investissement pour la création d'un cabinet de naturopathie est limité.

Il suffit d'un bureau, d'un équipement informatique, de quelques chaises, fauteuils et/ou tapis, et parfois d'une table de massage. Et éventuellement : la rénovation et la décoration du local, ou encore une plaque professionnelle à poser sur la façade du cabinet.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

5.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Attention : avant de remplir son carnet de rendez-vous et donc d'évaluer son chiffre d'affaires quotidien, il convient de prévoir un temps de pause entre chaque rendez-vous pour retrouver la concentration et la disponibilité mentale nécessaires (surtout dans le cas où vous pratiquez également la sophrologie, l'hypnothérapie ou le massage par exemple). À cela s'ajoute le temps passé à la comptabilité et à la communication, dont la gestion des réseaux sociaux. Certains praticiens conseillent de compter, pour chaque rendez-vous, 50 à 100 % de temps supplémentaire pour les tâches périphériques.

Chiffre d'affaires – Facturation

Les rendez-vous au cabinet

Un rendez-vous de naturopathie dure entre 30 minutes et 2 heures.

Une séance coûte au moins 50 € à Paris, et peut être facturée jusqu'à 100 € en fonction de la durée des rendez-vous et des techniques pratiquées. Le tarif moyen d'un rendez-vous de médecine douce en France est de 58 € selon l'enquête réalisée par Harris Interactive pour Médoucine en 2021.

De plus, n'ayant pas de vocation médicale, la naturopathie n'est pas prise en charge par la Sécurité sociale.

Ainsi, 81 % des Français considèrent que les médecines douces sont chères, un motif rédhibitoire pour 1 répondant sur 4.

Source : HARRIS INTERACTIVE POUR MÉDOUCINE. « [Enquête sur la santé des Français et leur relation aux médecines douces en période de Covid](#) », publiée en avril 2021.

Règles de facturation pour les prestations à des tiers

Lorsque le naturopathe effectue des prestations pour des tiers (infrastructures touristiques, magasins bio, laboratoires de compléments alimentaires, etc.), et quel que soit son statut juridique, la facturation est obligatoire dès le 1^{er} euro de chiffre d'affaires. Le devis, quant à lui, n'est pas une obligation sauf demande spécifique du client.

La vente de produits

Le naturopathe peut vendre des produits : compléments alimentaires, huiles essentielles par exemple. Cette activité commerciale suit une réglementation très stricte qui dépend des produits mis en vente. Par exemple, la réglementation concernant les compléments alimentaires sur le marché français doit être respectée (voir la rubrique « [La réglementation sur les compléments alimentaires en France](#) » en partie 6).

Le praticien doit aussi impérativement faire une déclaration d'activité complémentaire (accessoire) à l'[Urssaf](#). S'il a le statut de micro-entrepreneur, il la fera sur le [portail Auto-entrepreneur](#).

Le professionnel en naturopathie qui réalise de la vente ou du dépôt-vente de produits se doit d'avoir une assurance professionnelle qui garantit cette activité. Il faut qu'elle soit enregistrée dans l'activité inhérente au statut choisi par le professionnel pour son entreprise.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Cette activité de vente nécessite aussi une comptabilité à part. Il faut prendre en compte la comptabilité, la TVA et tout autre élément relatif à cette activité professionnelle.

Pour en savoir plus :

→ Rubrique « [Cumul d'activités indépendantes](#) » sur le site de Bpifrance Création.

Charges d'exploitation

Voici la liste des principales charges d'exploitation :

- coûts de promotion : communication classique (cartes de visite, brochures...), stratégie de *webmarketing* (temps passé à l'administration du site Internet et des réseaux sociaux, à l'ajout de photos, à la rédaction de contenus, à la gestion des rendez-vous...) ;
- frais divers (forfait téléphonique et Internet, commissions bancaires, etc.) ;
- assurances professionnelles ;
- participation éventuelle à la rémunération d'une secrétaire en cabinet pluridisciplinaire.

Le loyer, y compris tous les services tels que le gaz, l'eau, l'électricité ne doit pas dépasser 20 % de votre chiffre d'affaires prévu pour la première année.

Pour en savoir plus :

→ Rubrique « [Par où commencer pour faire ses comptes prévisionnels et vérifier la rentabilité du projet ?](#) » sur le site de Bpifrance Création.

Financements – Aides spécifiques

Le site de Bpifrance Création détaille les différentes formes de financement mobilisables en fonction du projet, de la situation personnelle du porteur de projet et de ses besoins. Ces informations se trouvent dans la rubrique « [Comment financer sa future entreprise ?](#) ».

Pour en savoir plus :

→ Rubriques « [Quelles sont les aides pour créer une entreprise ?](#) », « [Les aides à la création et à la reprise d'entreprise](#) » et « [Les financements](#) » sur le site de Bpifrance Création.

6.

RÈGLES DE LA PROFESSION

RÈGLES DE LA PROFESSION

Règles et usages de l'activité

L'accès à la profession de naturopathe n'est pas réglementé et ne nécessite donc pas de diplôme spécifique. En revanche, le propriétaire d'un cabinet doit respecter un certain nombre de règles.

Les normes de sécurité et d'accessibilité

À domicile comme en cabinet, les obligations relatives aux établissements recevant du public (ERP) doivent être respectées en termes :

- de **sécurité incendie** : des mesures de prévention et de sauvegarde propres à assurer la sécurité des personnes doivent être mises en place ;
- d'**accessibilité** : l'accès aux locaux pour les personnes à mobilité réduite notamment doit être assuré.

Pour en savoir plus :

- Rubrique « **Les établissements recevant du public (ERP)** » de la partie dédiée aux locaux de l'entreprise sur le site Bpifrance Création.

Par ailleurs, en tant qu'employeur, vous avez l'obligation de tenir un document unique d'évaluation des risques (**DUER**) prévue par l'article **R.4121-1** du Code du travail. Ce document permet de faire un inventaire de l'ensemble des risques qui existent ou peuvent subvenir dans l'entreprise en matière de santé et de sécurité des salariés.

L'assurance responsabilité civile professionnelle

Le naturopathe n'exerçant pas une activité réglementée, il n'est pas soumis à l'obligation légale de souscrire une assurance de responsabilité civile professionnelle (RCP). Cependant, elle est fortement recommandée, car le praticien peut être mis en cause pour des dommages causés à ses clients (matériels, immatériels ou corporels), quel que soit le lieu d'exercice.

Par ailleurs, les locaux professionnels doivent être assurés, notamment contre les risques d'incendie, d'explosion, de tempête, de dégât des eaux, de vol...

Pour en savoir plus :

- Rubrique « **Assurer mon entreprise** » sur le site de Bpifrance Création.

La médiation de la consommation

Le naturopathe est dans l'obligation de proposer un service de médiation en cas de litige avec un client pour essayer de régler le conflit à l'amiable et ainsi éviter un procès.

Pour en savoir plus :

- ➔ Rubrique « [La médiation de la consommation](#) » sur le site du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance.

L'exercice illégal de la médecine

L'exercice de la médecine est réservé aux seuls médecins. Ceux-ci doivent être inscrits au tableau du Conseil de l'ordre des médecins. Le public peut vérifier cette inscription sur le site du Conseil national de l'ordre des médecins (CNOM). Les chirurgiens-dentistes et les sages-femmes exercent une profession médicale à compétence limitée. Ils sont inscrits auprès de leurs Ordres respectifs (articles [L.4111-1](#) et [L.4112-1](#) du Code de la Santé publique)

Toute personne qui, sans être médecin – ou hors de leur sphère de compétences pour les chirurgiens-dentistes, les sages-femmes et les biologistes-médicaux –, prend part à l'établissement d'un diagnostic ou d'un traitement de maladies, réelles ou supposées, par acte personnel, consultations verbales ou écrites, exerce illégalement la médecine. Des sanctions (deux ans d'emprisonnement et 30 000 € d'amende) sont encourues pour l'exercice illégal de la profession de médecin, de chirurgien-dentiste, de sage-femme ou de biologiste-médical (articles [L.4161-1](#) et [L.4161-5](#) du Code de la Santé publique).

Source : MINISTÈRE DES SOLIDARITÉS ET DE LA SANTÉ. « [Les pratiques de soins non conventionnelles : médecines complémentaires/alternatives/naturelles](#) », rubrique mise à jour le 13/06/2017.

Les pratiques commerciales trompeuses

La DGCCRF est particulièrement vigilante quant à la protection des consommateurs pour ce qui est du secteur du bien-être et des pratiques de soin non conventionnelles. La recherche de pratiques commerciales trompeuses ou agressives, d'éventuels abus de faiblesse et le défaut d'information sur les prix constituent les priorités d'une [nouvelle enquête](#) en cours en 2021, dans la lignée de celle menée en 2018.

Voici quelques-unes des règles à respecter :

- les termes et expressions « patients », « patientèle », « consultation », « guérir », « guérison », « soulagement de la douleur » et « soigner » sont à proscrire des supports de communication ;
- les tarifs doivent être affichés dans le cabinet et la salle d'attente avec la mention « Ne se substitue pas à un professionnel de santé ».

Pour en savoir plus :

- ➔ Rubrique « [Médecines non conventionnelles](#) » sur le site de la DGCCRF.
- ➔ Rubrique « [Les pratiques de soins non conventionnelles](#) » sur le site du ministère des Solidarités et de la Santé.
- ➔ Rubrique « [Les micro-entrepreneurs du bien-être dans le viseur de la DGCCRF](#) » sur le site de l'Union professionnelle au service de la micro-entreprise (UPSME).

La réglementation sur les compléments alimentaires en France

Si le naturopathe souhaite vendre des compléments alimentaires, il doit respecter certaines règles. La première est de déclarer son activité commerciale (voir la rubrique « [Chiffre d'affaires – Facturation](#) » en partie 5).

Pour être vendus sur le territoire français, les produits du naturopathe doivent respecter les normes suivantes :

- Ils doivent comporter les mentions autorisées par l'Anses et la DGCCRF.
- Ils ne doivent pas porter d'allégation thérapeutique et les composants ne peuvent être comparés à des médicaments. Pour ce faire, ils doivent ne pas dépasser un certain dosage.
- Ils doivent tous être agréés par la DGCCRF.

Le professionnel de la naturopathie ne peut pas proposer et réaliser ses propres mélanges, quel que soit le produit concerné (huile essentielle, élixir floral ou de cristaux...). Il ne peut que proposer des produits finis élaborés par des laboratoires agréés et autorisés par l'Anses ou la DGCCRF.

Se livrer à des opérations réservées aux pharmaciens (listées dans les articles [L1110-1 à L6441-1](#) du Code de santé publique), sans réunir les conditions exigées, constitue un exercice illégal de la profession de pharmacien. Ce dernier est puni de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 € d'amende.

Source : SYNDICAT DES PROFESSIONNELS DE LA NATUROPATHIE. « [La vente de produits en naturopathie](#) », fiche publiée le 02/06/2021.

Pour en savoir plus :

- ➔ Rubrique « [Centres de formalité des entreprises \(CFE\)](#) » sur le site de Bpifrance Création.

Statut de l'entrepreneur

L'activité du naturopathe est la plupart du temps pratiquée en profession libérale. Le praticien doit donc adhérer, en tant qu'entrepreneur individuel non salarié, à trois caisses sociales obligatoires :

- la Caisse nationale d'assurance vieillesse des professions libérales ([CNAVPL](#)) pour l'assurance vieillesse/invalidité/décès ;
- l'Union de recouvrement des cotisations de Sécurité sociale et d'allocations familiales ([Urssaf](#)) pour les allocations familiales (et les éventuelles cotisations sociales en cas d'emploi de salariés) ;
- la Caisse d'assurance maladie régionale relevant des professions libérales ([Sécurité sociale des indépendants](#)) pour l'assurance maladie/maternité. Depuis le 1^{er} janvier 2020, les indépendants relèvent du régime général de la Sécurité sociale.

Pour en savoir plus :

- ➔ URSSAF « [Créateur : à chaque statut, sa protection sociale](#) », guide publié en avril 2021 (comportant aussi des informations pour les autres statuts possibles).
- ➔ URSSAF. « [Créateur d'entreprise libérale, votre protection sociale en 2020](#) », guide publié en juin 2020.

Structure juridique

Nous ne disposons pas à ce jour de données chiffrées concernant les structures juridiques choisies par les naturopathes. En effet, les codes NAF **86.90F** (« Activités de santé humaine non classées ailleurs ») et **96.09Z** (« Autres services personnels non classés ailleurs ») recouvrent des métiers trop divers, les statistiques s'y rapportant ne sont donc pas représentatives de cette profession.

Le naturopathe peut exercer en entreprise individuelle (micro-entrepreneur, EIRL, EURL) ou sous forme sociétaire (SASU) s'il est seul. Il est aussi possible d'opter pour le portage salarial.

Pour en savoir plus :

- ➔ Rubrique « [Les structures juridiques](#) » et infographie récapitulative « [Quel statut juridique choisir pour son entreprise ?](#) » sur le site de Bpifrance Création.

Attention au risque de salariat déguisé (lorsque le praticien collabore avec des entreprises, hôpitaux, magasins bio, entreprises, etc.) : le micro-entrepreneur doit exercer son activité professionnelle en toute indépendance en étant responsable de ses actes. Il faut donc qu'il soit libre d'organiser son travail à sa convenance, de choisir ses clients, ses fournisseurs, ses sous-traitants, de fixer ses prix... et cela sans contrainte. S'il se trouve de fait dans une situation de subordination juridique vis-à-vis d'un ou de plusieurs clients, sa relation professionnelle pourra être requalifiée par l'Urssaf de « faux indépendant » et donc nécessiter un contrat de travail.

Pour en savoir plus :

- ➔ Rubrique « [Indépendance juridique : risque de requalification du contrat de mission en contrat de travail](#) » sur le site de Bpifrance Création.

Régime fiscal – TVA

Le taux de TVA applicable à la pratique de la naturopathie est de 20 % (hors situation particulière de franchise de TVA).

Pour en savoir plus :

- ➔ Rubriques « [La fiscalité de l'entreprise](#) » et « [La micro-entreprise \(régime auto-entrepreneur\)](#) » sur le site de Bpifrance Création.

7.

CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Organismes professionnels

Pourquoi adhérer à un organisme professionnel ?

Cela représente de nombreux avantages, tels que rompre son isolement, être tenu au courant des évolutions de sa profession, se constituer un réseau, participer aux congrès annuels, obtenir des conseils juridiques, recevoir une assistance administrative, suivre une formation, etc. Les services offerts sont généralement mis en avant sur le site Internet de ces organismes.

La procédure d'affiliation diffère beaucoup d'un organisme à l'autre. Il en est de même des coûts : certaines adhésions sont gratuites, d'autres payantes, en fonction des revenus ou du chiffre d'affaires. Des tarifs spéciaux sont parfois prévus pour les nouveaux adhérents en phase de création. Certains organismes n'acceptent pas les créateurs et réservent leurs services aux entreprises ayant une certaine ancienneté.

Principaux organismes professionnels et fédérations

- **Fédération française des écoles de naturopathie (Féna)**

Créée en 1985, la Féna est une association regroupant plusieurs écoles. Elle est membre de la World Naturopathic Federation (WNF).

- **Organisation de la médecine naturelle et de l'éducation sanitaire (Omnes)**

Cette association regroupe des naturopathes professionnels en exercice sur le territoire français. Membre actif des réseaux nationaux européens comme internationaux (WNF), elle œuvre en faveur de la reconnaissance officielle de la profession de naturopathe.

- **Syndicat des professionnels de la naturopathie (SPN)**

Ce syndicat a pour mission de rassembler tous les praticiens et conseillers en naturopathie, leurs écoles, leurs fédérations et leurs regroupements. Il est accessible aux praticiens de toutes les écoles qu'il référence ainsi que, après un entretien préalable, à ceux provenant d'écoles non référencées.

Revue

Toutes les revues mentionnées s'adressent à la fois au grand public et aux professionnels.

- **4 saisons.** Revue mensuelle, format numérique. Articles sur la santé, la naturopathie, la psychologie, le développement personnel pour les adultes et les enfants, nutrition, recettes, yoga, art-thérapie.
- **Hippocrate.** Revue trimestrielle, format papier. Articles sur tous les aspects et tous les courants de la naturopathie. Elle s'adresse aux naturopathes en formation ou en exercice et diffuse les travaux de ceux qui souhaitent partager leur pratique dans leur domaine d'expertise, naturopathes auteurs ou étudiants/stagiaires.
- **Naturelles.** Revue trimestrielle, format papier. Articles sur la nutrition, les thérapies, les cosmétiques.
- **Solutions naturopathie.** Revue mensuelle, format papier et numérique. Articles sur l'alimentation saine, les diètes, les exercices physiques, les postures de yoga, la gestion du stress, l'hydrologie, la phyto-aromathérapie. Témoignages de naturopathes sur les méthodes utilisées.

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

- **Santé naturo.** Revue trimestrielle gratuite, format papier. Disponible chez les médecins, thérapeutes, magasins bio et en pharmacie. Version digitale envoyée sur demande. Chroniques de médecins et pharmaciens, programme naturo « prêt à suivre », zoom « trousse à pharmacie naturelle », communauté, *lifestyle*.
- **Sens & santé.** Revue trimestrielle éditée par *Le Monde*. Articles sur l'alimentation, l'activité physique, le bien-être, enquêtes et témoignages de vie. Hors-série thématiques.

Événements et salons

Les fréquences et dates de ces événements ont pu être modifiées en raison de la pandémie de Covid-19, veuillez consulter les sites pour plus d'informations.

Événements

- **International Congress on Naturopathic Medicine.** Il a lieu chaque année dans un pays différent. Ce congrès rassemble des acteurs de la santé naturelle, de la médecine complémentaire, alternative et intégrative. Des participants, des universités et des organisations internationales provenant de 55 pays. L'événement s'adresse aux professionnels, étudiants et passionnés.
- **Congrès des professionnels de la naturopathie.** Organisé par le Syndicat des professionnels de la naturopathie, le congrès rassemble 60 intervenants (laboratoires, des centres de formations professionnelles) sur 8 jours.
- **Congrès national de naturopathie et de médecine intégrative.** Édition 2021 en ligne. Organisé par l'école nationale de naturopathie, cet événement rassemble 20 000 participants de divers pays européens, et propose des vidéos en accès gratuit ainsi que des conférences en accès libre sur sa [chaîne YouTube](#).

Salons

De très nombreux salons dédiés au bien-être sont organisés partout en France. En voici quelques-uns. Pour en savoir plus, consultez les agendas des plateformes mentionnées dans la rubrique suivante.

- **Salon Zen**, tous les ans, à Paris. Ateliers conférences, concerts, séances de *coaching* géant. Une partie du salon est dédiée aux thérapies brèves (hypnose, programmation neurolinguistique, les thérapies cognitivo-comportementales, l'art-thérapie).
- **Salon Nature, bien-être et santé**, 1^{ère} édition en 2021 au Mans. Thérapies manuelles, commerce équitable, commerce écoresponsable, habitat écologique, environnement, transports propres, aménagement, esthétique, cosmétiques, pierres semi-précieuses, géobiologie, jardin, nature, restauration.
- **Salon des médecines douces, de la zen attitude et de la bio gastronomie**, à Marseille. Une centaine d'exposants : des thérapeutes, des centres de formation, des stands d'exposition de produits et accessoires liés aux médecines douces et au bien-être, ainsi que des produits bio et de la bio-gastronomie.
- **Salons Zen et bio**, à Bordeaux, Poitiers, Nantes, Marseille, La Rochelle, Lyon, Lille, Vannes, Rennes, Angers, Tours. Développement personnel, médecines et thérapies douces, écoles de formation, massages, pratiques corporelles.
- **Salon Bien-être – Médecines douces**, à Paris, Lyon et Marseille. Thérapeutes, écoles et formations, soins et massages, tourisme de santé, compléments alimentaires, matériel de santé, conférences et ateliers.

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

- **Les Thermalies**, à Paris, Lyon et en digital. Conférences de directeur/rices de centres de thalassothérapies, de praticiens en bien-être, de sophrologues, de psychiatres, de nutritionnistes.
- **Salon du mieux-être**, à Rouen. Alimentation, bien-être, cosmétiques, jardin et art de vivre, où des thérapeutes sont présents.
- **Salon Vivez nature**, à Paris. Ateliers nutrition, sophrologie, yoga.
- **Salon Marjolaine**, à Paris. Naturopathie, nutrition, sophrologie, yoga, bien-être, écologie.
- **Salon Primevère**, à Lyon. Naturopathie, hypnose, yoga, produits naturels, éco-construction.

Agendas des salons bien-être

- **Salons-bien-etre.fr**
- **Therapeutes-zen.com**

NOTES

PERSONNELLES



www.bpifrance-creation.fr



<https://twitter.com/bpifrancecrea>



<https://www.linkedin.com/company/bpifrance>

bpifrance

CRÉATION

CE DOSSIER EST VENDU DANS LA LIBRAIRIE DE BPIFRANCE CRÉATION

Prix : 16 € TTC

ISBN : 978-2-38076-028-6