

Grande consommation

Top Innovations PME-ETI : la FEEF et NielsenIQ révèlent le palmarès 2025

- 3^{ème} édition du classement des meilleurs lancements produits fabriqués par des PME-ETI françaises
- Le podium 2025 est composé par le sandwich végétal LA VIE, les sucettes congelées Super Mario YETI et les raviolis Nos Saveurs d'Italie MAISON RIVIERE
- Le Top 10 Innovations PME-ETI représente 9,3 millions d'euros de CA générés en grandes surfaces alimentaires sur la première année de lancement

Inclus : Photos produits et classement détaillé par univers à télécharger

Paris, le 5 décembre 2025. La FEEF, Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France, représentant les PME-ETI fournisseurs de la distribution, et NielsenIQ, leader mondial de l'intelligence consommateur, dévoilent l'édition 2025 du classement des meilleurs lancements de produits de consommation du quotidien des PME-ETI (alimentaire, hygiène-beauté, entretien) vendus en France en grande distribution*. Le Top Innovations PME-ETI représente 9,3 millions d'euros de chiffre d'affaires en année 1 de commercialisation. Il reflète les tendances actuelles de la consommation : le snacking et le facile à cuisiner, l'origine locale et la nostalgie de marques emblématiques.

**hypermarchés et supermarchés*

Les PME-ETI actrices de l'innovation en grande distribution

En 2022, la FEEF et NielsenIQ se sont associés pour lancer le **baromètre annuel des « Top Innovations » produits des marques de PME et ETI**. Cette troisième édition confirme l'engouement des Français pour les nouveautés dans un contexte de retour de la valorisation en 2025.

Au total PGC-FLS, 2025 confirme les signes de reprise de l'innovation entrevus en 2024 : +7% d'innovations à 3 mois de lancement vs l'année dernière, des innovations qui ont en moyenne générées chacune 27% de CA supplémentaire. Une performance favorisée par une meilleure diffusion de ces innovations, mais également un soutien promo moyen plus important (+3pts de poids des ventes valeurs sous promotion).

De leur côté, **le Top 10 nouveautés PME-ETI a généré un CA de 9,3 millions d'euros** au cours de leur première année de présence en hyper et supermarchés en France, audités par NielsenIQ (NIQ). Une réussite sur l'innovation qui s'étend à de plus en plus de PME-ETI, en effet, **chacune des innovations de ce top 10 dépasse 400k€ de revenus** contre 7 seulement l'année passée.

Ainsi, le meilleur lancement 2024/2025 des produits PME-ETI est le **Sandwich Végétal La Vie** avec un chiffre d'affaires remarquable de 1,8 millions d'euros réalisés en un an en hypers et supermarchés. Cette performance s'explique principalement par un très fort taux de réachat (73,3%), avec un taux de pénétration de 0,6% (NielsenIQ Homescan). La marque aura donc convaincu ses consommateurs de ne pas uniquement tester le produit mais bel et bien de l'adopter.

Yeti Super Mario, prend la 2^{ème} position en réalisant 1,6 millions d’euros de chiffre d’affaires avec plus d’un acheteur sur 5 ayant renouvelé son achat. Le symbole d’un début d’été qui aura été très favorable aux catégories estivales avec deux autres glaces présentes dans ce top 10 (L’Angély et Cacolac).

Maison Rivière Nos saveurs d’Italie complète le podium : plus d’1 millions d’euros, avec 230 000 foyers acheteurs lors de sa première année de mise sur le marché.

Meilleurs lancements PME-ETI, 2024

Données clés après les 12 premiers mois en magasin – Données de ventes en Hypers et Supermarchés



Sources : données NielsenIQ ScanTrack HMSM - Liste non exhaustive, hors MDD - Données cumulées sur les 12 premières périodes de lancement - NB : seules les innovations 2024 ayant 12 mois d'historique au moins sont présentes ici - et données consommateurs NielsenIQ Homescan - Total France -

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Le classement 2024 illustre donc plusieurs tendances qui tirent la croissance du PGC-FLS : tout d’abord l’importance du **ciblage et de l’activation média** avec La Vie, très présent, notamment sur les réseaux sociaux. En effet ces derniers mois auront été marqués d’une frénésie pour le parfum pistache (tartinales, chocolat, biscuits, glaces) issue d’un trend TikTok. Dans le même temps émergent de nombreuses offres soutenues directement par des créateurs de contenu. Le développement du **snacking et du facile à cuisiner** apparaît également dans ce ranking (La Vie et Maison Rivière). Enfin, l’attachement des consommateurs a un **ancrage et savoir-faire local** ainsi que la **nostalgie de marques emblématiques** se retrouve dans les nouveautés des marques Legal, Pastis 1212 et Cacolac.

Léonard Prunier, Président de la FEEF :

« Les entreprises PME-ETI démontrent plus que jamais leur dynamisme et leur capacité d’innovation, en apportant des réponses concrètes aux attentes des consommateurs. Les enseignes de la distribution, en les intégrant à leurs assortiments, reconnaissent pleinement l’intérêt et le potentiel de ces innovations. Les innovations portées par les PME constituent aujourd’hui un levier essentiel de différenciation et de création de valeur pour l’ensemble du marché. »

Xavier Ségalie, Directeur Général NielsenIQ France, complète « Les innovations accompagnent le retour à la croissance et la valorisation des français en magasin, ce top 10 illustre également la capacité de nos PME / ETI à s’adapter à de nouvelles tendances et habitudes de consommation en continuant de s’appuyer sur leurs histoires et leurs savoir-faire locaux »

Compléments

[>Télécharger le Top 10 et classement détaillé par univers de produits](#)

6 univers : Frais non laitier, Epicerie salée, Epicerie sucrée, Surgelés, Alcools, Hygiène-Beauté

[>Télécharger les pack photos du Top 10 produits \(zip\)](#)

Méthodologie :

A partir des données de vente en hypermarchés et supermarchés en France (NielsenIQ ScanTrack), la FEEF et NielsenIQ ont isolé les nouveaux produits des marques de TPE, PME et ETI, apparus en magasin entre S2 2023 et S1 2024, afin de les classer par chiffre d'affaires réalisé lors de leur première année de présence en magasin. Le classement PME-ETI en partenariat avec la FEEF inclut les produits des marques françaises appartenant à des entreprises indépendantes françaises dont le chiffre d'affaires en hypers et supermarchés ne dépasse pas 50 M€ (passages en caisse).

À propos de NielsenIQ

NielsenIQ (NIQ) est le leader mondial de l'intelligence consommateur, offrant la compréhension la plus complète du comportement d'achat des consommateurs et révélant de nouvelles opportunités de croissance. NIQ a fusionné avec GfK en 2023, réunissant les deux leaders du secteur avec une portée mondiale inégalée. Aujourd'hui, NIQ est présent dans plus de 95 pays, représentant 97 % du PIB mondial. Grâce à une lecture holistique du commerce de détail et aux insights consommateurs les plus complets, délivrés par des analyses avancées via des plateformes de pointe, NIQ offre une vision complète (Full View™). Pour plus d'informations, visitez nielseniq.com

A propos de la FEEF :

La Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France, créée en 1995, rassemble plus de 1 100 entreprises indépendantes, fabriquant les produits de consommation du quotidien. Sa vocation est de mieux armer ses adhérents dans les négociations commerciales, de diversifier leur business (GD, RHD), de renforcer leur singularité RSE via le label PME+. La FEEF se distingue par une approche collaborative auprès des enseignes de la grande distribution afin de construire un cadre commercial adapté aux PME-ETI. Sur le plan institutionnel, elle défend également les intérêts des PME-ETI fournisseurs de la distribution auprès des pouvoirs publics. www.feef.org

Contacts presse

Pour la FEEF : Virginie Feuillebois – Tél. : 01 47 42 43 33 – Email : vfeuillebois@feef.org

Pour NielsenIQ : Anthony Courtat – Tél. : 06 09 98 41 11 – Email : anthony@comio.fr