



PME+ affiche une croissance spectaculaire en grande distribution. P.2

Offre responsable : faire bouger les lignes P.5

- **Restauration hors domicile** : Aujourd'hui, une longueur d'avance
- **Grande distribution** : Demain, une offre plus responsable dans les rayons

PME+, bien + qu'un produit.

Depuis 10 ans, un label qui s'engage avec vous.

Composition :

- EMPLOI
- ENVIRONNEMENT
- ANCRAGE LOCAL
- ETHIQUE

PME+ : Cap sur l'avenir. P.7

EDITO

PME+ : dix ans qui ont changé la donne !

Dix ans après sa création, PME+ n'est plus un simple label mais un véritable mouvement, reflet d'une transition vers une consommation plus responsable. En 2024, malgré un marché morose, les entreprises labellisées ont progressé à contre-courant. Leur succès illustre une tendance forte : les consommateurs recherchent des produits porteurs d'histoires, d'ancrages territoriaux et de valeurs.

Cette dynamique doit beaucoup au soutien des grandes enseignes. Le logo PME+ est partout : prospectus, sites, rayons. Pour les consommateurs, c'est un repère de confiance ; pour les distributeurs, un outil de différenciation; pour les PME, un accélérateur de croissance.

Mais au-delà d'un signe graphique, c'est une gouvernance ouverte, des critères exigeants et une ambition intacte : labelliser toujours plus de PME-ETI françaises, renforcer les pratiques responsables, anticiper les nouveaux standards de durabilité.

Dix ans, c'est l'heure du bilan, mais aussi de la projection : restauration, nouveaux marchés, reporting extra-financier... autant de défis déjà en vue.

PME+ n'est pas une seule distinction mais une dynamique collective, portée par des entrepreneurs qui prouvent qu'allier performance et responsabilité est possible.

Dix ans, et déjà une certitude : l'histoire de PME+ ne fait que commencer.

Léonard Prunier, Président de la FEEF

ANNIVERSAIRE

10 ans du label PME+ : une année marquée par un dispositif de communication inédit en grande distribution.



En savoir +

Ils ont été labellisés en 2025...

NEMECO, MARO OCEANS, PRIMEL TRAITEUR, TERRE D'EMBRUNS, DEVINEAU, DUCS DE GASCOGNE, CAFES FACTORERIE, BRASSERIE DE BRETAGNE, BIERES FINES, FIERES, ECOIDEES, BRASSERIE LICORNE, CHICHE, VNM, PARFUMS CORANIA, SADAC, SUSTN FOOD, GROUPE BARBA, MAGDA.

...et encore 20 entreprises d'ici la fin de l'année*

ACCOR LUBRIFIANTS, ALFAGEL, ATELIER CORSE FRUITS ET LEGUMES, CEV, EUGENE BLOND, FRAIS EMINCES, GERAL - LE JAMBON D'AUCH, GRANDS VINS SELECTION, GROUPE NEMO, INITIATIVES DECORATION, LECHEF BRETAGNE INTERNATIONAL, MACEO DISTRIBUTION, MACEO PRIMEURS, MACEO TRADITION, MAISON SAVARY, MIDIFLORE, OCCITANE PLATS CUISINES, PATRELLE, RIGA, SOCIETE DES EAUX DE MONT ROUCOUS.

**Sous réserve d'obtention du label par l'entreprise*

PME+ affiche une croissance spectaculaire en grande distribution

Une montée en puissance en GMS

Le baromètre annuel Circana PME+ dévoile les chiffres des 12 derniers mois à fin juin 2025, mettant en lumière le poids croissant des entreprises labellisées PME+ en grande distribution.

Hypermarchés, supermarchés, e-commerce alimentaire et enseignes de proximité : tous les canaux affichent une dynamique favorable aux marques engagées.

4,8 milliards d'euros de CA

Selon les données issues du baromètre établi avec la méthodologie Circana, les entreprises labellisées PME+, à leur marque, ont généré sur les 12 derniers mois (à fin juin 2025) un chiffre d'affaires cumulé de **4,8 milliards d'euros en sortie de caisse, soit un chiffre d'affaires additionnel de 327 millions d'euros sur la période.** Soit 1,3 milliard d'unités vendues et 80 millions d'unités supplémentaires.

Une croissance à contre-courant du marché

Alors que le marché global progresse peu, les produits issus des entreprises labellisées PME+ confirment une forte croissance sur ces 12 derniers mois :

- **+7,3 % en valeur**
- **+6,4% en unités**

Cette tendance se vérifie aussi bien pour les produits alimentaires que non alimentaires.



PME+ gagne du terrain dans les rayons alimentaires

Dans les rayons alimentaires (hors frais traditionnels), les produits issus des entreprises PME+ enregistrent une progression :

- **+6,7 % en valeur**
- **+6,6 % en unités**

Explosion des ventes en non-alimentaire

Encore plus spectaculaire : la progression des labellisés dans les rayons non-alimentaire (textile, maison, sport, jardin, bricolage, culture) :

- **+9,6 % en valeur**
- **+8,8 % en unités**

Une vraie demande consommateur

Des performances qui témoignent de l'attractivité croissante de PME+ auprès des consommateurs, séduits par les valeurs d'ancrage territorial et de démarche éthique.

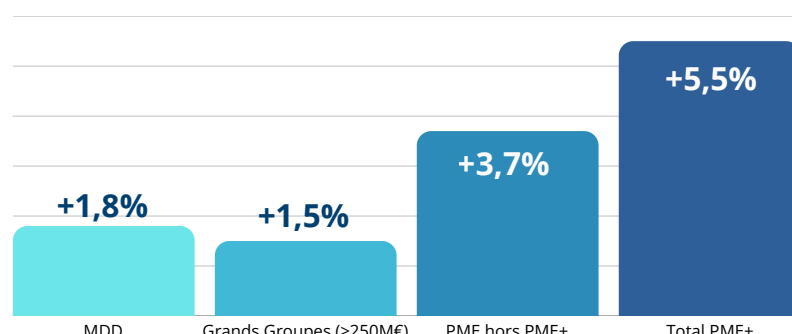
Une surperformance devant les autres marques

Le label PME+ pèse 3% du marché alimentaire en grande distribution.

À la clôture de la période P9 2025 (soit les 8 premiers mois 2025), les produits à marque issus des entreprises labellisées enregistrent une progression remarquable de leur part de marché dans l'univers des produits de grande consommation (PGC).

Une croissance de +5,5% en CA

Evolution des ventes valeur par type de marque
CAD P9 2025 vs an-1 HSM+PROXI+DRIVE+SDMP

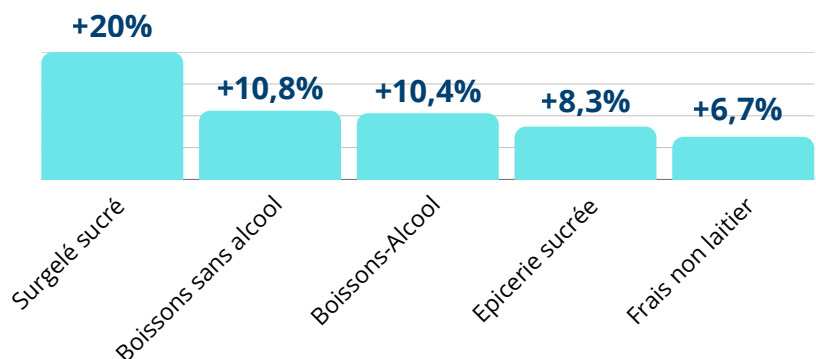


Les entreprises PME+, portées par leur ancrage local et leur engagement RSE, gagnent du terrain avec **une croissance de +5,5%** de leurs ventes en valeur sur un an. Une performance qui dépasse largement celle observée pour les autres types de marques dans les mêmes rayons.

Ce dynamisme reflète une adhésion croissante des consommateurs à des produits plus éthiques, plus responsables et issus de TPE-PME-ETI françaises. Il témoigne également de la stratégie de différenciation déployée par ces entreprises dans un univers concurrentiel tendu.

Top 5 des rayons

Evolution valeur (%) du Top 5 rayons
CAD P9 2025 vs 2024



Des segments stratégiques pour l'offre alimentaire, où les PME françaises se distinguent par leur capacité à innover, à valoriser le terroir, et à répondre aux attentes de consommation plus vertueuse.

Une dynamique tout circuit

Les bons résultats des PME+ s'observent sur l'ensemble des circuits de distribution : hypermarchés (HM), supermarchés (SM), Drive, magasins de proximité (Proxi) et magasins à dominante marques propres (SDMP).

Une opportunité pour la distribution de toucher une clientèle variée et de proposer une alternative de choix en complément des marques internationales et des marques de distributeur (MDD).

Un premier semestre 2025 qui cartonne toujours !

La dynamique des marques PME+ a **doublé** par rapport à l'année dernière sur le 1er semestre 2025 :

- **+ 9,9%** pour **+4,5%** en valeur,
- **+10,2%** pour **+3,9%** en unités vendues
- **2,45 milliards** de CA sur ce 1er semestre.

Un succès commercial qui se confirme tant en alimentaire qu'en non alimentaire.

Ce que PME+ a changé

D'anciens comme de nouveaux labellisés témoignent : gain de crédibilité auprès des distributeurs, différenciation sur le marché, engagement renforcé des équipes... Ces entreprises, toutes porteuses du label PME+, partagent leurs expériences concrètes et les bénéfices tangibles d'une démarche RSE suivie dans le temps.

Consommateurs

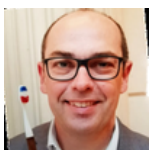


Michel Charmasson,
Directeur général
commercial,
Groupe EMINENCE.
Labellisé depuis 2016

L'effet catalyseur : Quand PME+ structure et amplifie l'engagement RSE

Michel Charmasson se souvient qu'en 2016, avant l'obtention du label, les enjeux principaux pour EMINENCE gravitaient autour de la qualité et d'une meilleure gestion des risques. L'arrivée du label PME+ a agi comme un véritable catalyseur, structurant et amplifiant leurs initiatives. Cette reconnaissance externe a non seulement renforcé leur engagement, mais a également apporté une valeur ajoutée tangible à leurs marques auprès des consommateurs. Un exemple concret de cet impact est l'innovation autour du "long lasting coton", garantissant une durabilité accrue des produits, ainsi que la refonte totale des packagings en carton 100% recyclable.

Consommateurs



Olivier Remoissonnet,
Directeur général,
LA BROSSERIE
FRANÇAISE
Labellisé depuis 2021

Stratégie de développement et différenciation sur le marché : L'atout PME+ en GMS

Le choix du label PME+ par LA BROSSERIE FRANÇAISE, il y a quatre ans, s'est avéré stratégique dans leur développement sur le marché de la Grande et Moyenne Surface. Olivier Remoissonnet explique que la reconnaissance du label auprès des distributeurs et sa légitimité auprès des consommateurs ont été des facteurs déterminants. Leur brosse à dents à 1€ illustre parfaitement les valeurs de PME+ : création de valeur en France et accessibilité prix, le tout en intégrant une démarche RSE.

Consommateurs

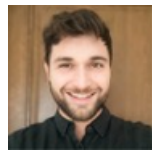


Catherine Fleith,
Responsable
Communication,
LE BRIN D'OLIVIER,
Labellisé depuis 2020

Un repère de confiance pour le consommateur : Valoriser la transparence et l'engagement

La reconnaissance des produits par les consommateurs est un atout majeur pour LE BRIN D'OLIVIER, labellisé en 2020. Catherine Fleith souligne que le label PME+ consolide leurs relations commerciales en valorisant leurs engagements RSE auprès des enseignes, renforçant ainsi leur position de partenaire fiable. Du côté des consommateurs, le logo PME+ devient un repère de confiance, distinguant les entreprises qui offrent plus de transparence sur leur Made in France, le choix des matières premières, la réduction de leur empreinte écologique et leur engagement sociétal. L'intégration visible du logo sur leurs packagings est ainsi un atout précieux pour communiquer ces valeurs.

Stratégie

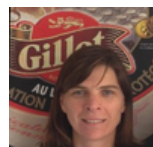


Lucas Bernard Langlet,
Chargé de RSE,
FOODIZ
Labellisé depuis 2024

Structuration et mobilisation interne : L'impulsion PME+ pour une démarche RSE solide

Pour FOODIZ, labellisée plus récemment en 2024, le label PME+ a répondu à un besoin de structuration de leur démarche RSE. Lucas Bernard Langlet précise que cela s'est traduit par la mise en place d'un COPIL dédié, la recherche de l'excellence opérationnelle, l'approfondissement de leurs engagements RSE avec des exemples concrets, et une mobilisation interne des collaborateurs autour de cette labellisation.

Stratégie



Emilie Flécharde,
Présidente,
FROMAGERIE GILLOT
Labellisé depuis 2015

La RSE comme feuille de route : Cartographie des parties prenantes et priorisation des enjeux

Pour la Fromagerie GILLOT, labellisée depuis 2015, le label PME+ s'est révélé être une opportunité précieuse pour structurer et consolider leur démarche RSE. Emilie Flécharde souligne l'importance cruciale de la cartographie des parties prenantes, un exercice essentiel pour identifier et prioriser les relations et les impacts de l'entreprise. En parallèle, une analyse approfondie des enjeux RSE permet d'évaluer leur importance et le niveau de maturité de l'entreprise sur chacun d'eux. Cette double approche, renouvelée annuellement grâce aux exigences du label, se traduit par un outil visuel clair, une "araignée" qui guide les équipes dans leurs priorités et leur progression. Pour Emilie Flécharde, cette rigueur et cette vision stratégique constituent la véritable valeur ajoutée du label PME+ pour leur entreprise.

Commerce



Laurent Soy,
Directeur Commercial,
SABAROT WASSNER
Labellisé depuis 2016

L'innovation au service de la RSE : Quand l'engagement guide la création de valeur

L'innovation guidée par la RSE est une réalité chez SABAROT, labellisée depuis 2016 et lauréate du trophée Sial Innovation pour ses préparations pour galettes végétales. Laurent Soy rappelle que leur engagement RSE, formalisé par leur statut d'entreprise à mission depuis 2020, a été initié et guidé par le label PME+.

Cette "obligation" a infusé l'ADN de l'équipe R&D et Marketing, les poussant à concevoir des innovations éco-conçues, avec des allégations transparentes et des ingrédients naturels. Cette démarche va jusqu'à la création de postes dédiés pour garantir ces exigences. Conscients des freins à la consommation de légumineuses, ils ont également intégré la dimension de la facilité et de la rapidité de préparation dans leurs innovations.

Commerce



Laurence Adinari,
Responsable RSE,
CSP PARIS FASHION GROUP
Labellisé depuis 2020

Intégration commerciale et visibilité : Le label PME+ comme outil de communication

Enfin, pour CSP PARIS FASHION GROUP, labellisé en 2020, Laurence Adinari explique comment le label est intégré dans leurs relations commerciales à différents niveaux : directement lors des présentations de collections aux centrales d'achat, via les opérations collectives organisées par la FEEF, et par la mobilisation de leurs commerciaux. La visibilité du label en magasin, directement sur les produits et les supports de communication, contribue à renforcer la confiance auprès du consommateur. Aujourd'hui, l'objectif est d'apposer le logo PME+ sur la quasi-totalité de leurs produits, capitalisant sur la reconnaissance croissante du label.

Ces témoignages illustrent la diversité des entreprises qui s'engagent avec le label PME+ et les bénéfices concrets qu'elles en retirent, tant en interne qu'auprès de leurs partenaires et consommateurs. Le dixième anniversaire du label est l'occasion de souligner son rôle essentiel dans la promotion d'une économie plus responsable et engagée. ■

10 ans : un millésime d'exception

Toutes les grandes enseignes soutiennent activement le label PME+, symbole d'un engagement croissant en faveur d'une consommation plus éthique et responsable.

Une dynamique qui se traduit par une visibilité accrue des produits issus des entreprises labellisées dans les rayons, mais aussi dans les supports de communication des distributeurs.

Un partenariat au service des consommateurs

En apportant leur soutien au label PME+, les distributeurs français réaffirment leur volonté de valoriser l'origine, la qualité et l'impact sociétal des produits qu'ils proposent. Cette année, leur engagement se renforce, notamment à travers des opérations commerciales dédiées qui offrent une visibilité exceptionnelle aux entreprises labellisées PME+.

Informer, sensibiliser et guider vers des achats responsables

L'objectif est clair : accompagner les consommateurs dans leur choix vers des produits issus de PME françaises engagées dans des pratiques durables et responsables. Pour cela, les enseignes mobilisent plusieurs leviers de communication et de promotion.

PME+ de plus en plus visible

Le label PME+ est désormais bien identifié par les consommateurs sur tous les canaux de distribution. Il est mis en avant :

- Dans les prospectus promotionnels, via des pages dédiées et des visuels spécifiques.
- En magasin, grâce à des animations et une signalétique claire qui facilitent le repérage.
- Sur les sites de courses et applications mobiles, avec une présence renforcée sur les plateformes de vente en ligne.
- Sur les réseaux sociaux, via des campagnes de sensibilisation à grande échelle.

Un label devenu référence pour les achats responsables

Au-delà de la valorisation commerciale, cette démarche illustre une tendance de fond : la montée en puissance des PME françaises dans l'offre des enseignes, et la reconnaissance de leur contribution à une économie plus durable.

Avec PME+, la grande distribution fait ainsi le pari d'allier performance économique et responsabilité sociétale – un engagement qui séduit de plus en plus de consommateurs et contribue à différencier les enseignes sur un marché en quête de sens.



FEEF d'Or 2025



Intermarché récompensé pour son dispositif



Intermarché a été distingué lors de la cérémonie des FEEF d'Or 2025 en recevant le prix du "Dispositif 10 ans du Label PME+ le plus complet".

- 3 opérations nationales avec plus de produits sélectionnés,
- Une boutique PME+ drive de l'ensemble des labellisés,
- Un embarquement et une animation des équipes au national et en magasins (podcast, webinar quizz avec des récompenses).

5 entreprises lauréates

Les FEEF d'Or célèbrent chaque année les meilleures collaborations entre fournisseurs PME-ETI et distributeurs : des partenariats et des initiatives créatrices de valeur. Lors de cette 27^e édition, qui s'est déroulée le 16 septembre 2025 au Casino de Paris, les labellisés ont montré qu'il est possible de concilier performance économique, innovation responsable et attentes des consommateurs.



Gillot & Biocoop
Filère bio et durabilité



Sill & Auchan
Filère et emballage



Biscuits Bouvard & E.Leclerc
Innovation et MDD



La Brosserie Française & Carrefour
Made in France et engagements



Les Délices de la Mer & Coopérative U
Consigne et MDD



En savoir +

L'offre responsable : faire bouger les lignes

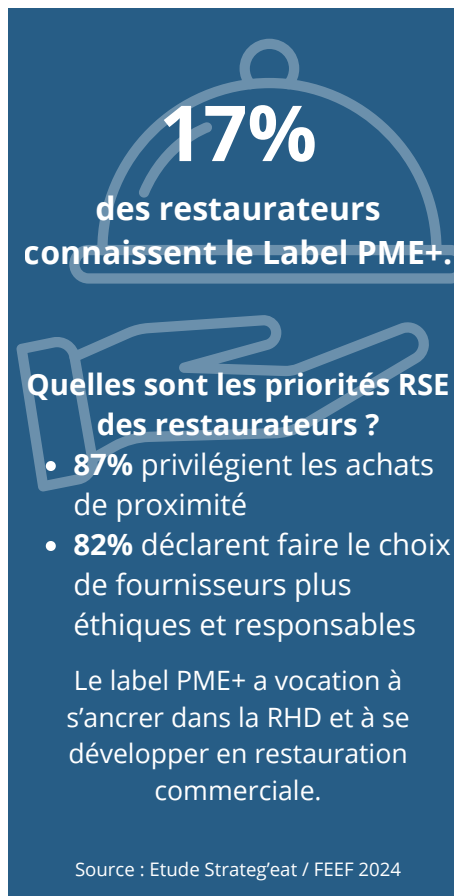
RHD, une longueur d'avance aujourd'hui...

Edouard Albertini,
Directeur des achats et de la
logistique,
COMPASS GROUP FRANCE



Compass Group France porte de fortes ambitions incarnées par sa feuille de route stratégique Care to Grow 2030, renforcées par son plan RSE "Le Pacte - Restaurons Demain".

En mobilisant l'ensemble de la chaîne de valeur, l'entreprise agit pour un impact positif sur ses écosystèmes. La Direction des achats, avec les équipes culinaire, marketing et RSE, conçoit ainsi des modèles innovants et vertueux déployés par ses antennes régionales au plus près de ses fournisseurs. Filières françaises (bœuf, légumineuses), partenariats stratégiques (La Coopération Agricole, Bleu Blanc Cœur, ESS France...), réseau de légumeries inclusives... autant d'actions concrètes et mesurables au service de l'excellence territoriale.



Delphine Monceau
Directrice Qualité & Achats
Responsables, Direction des
Achats SODEXO FRANCE



Notre offre responsable répond à 3 grands objectifs : assurer la santé et le bien-être de nos consommateurs, favoriser l'équité sociale et préserver l'environnement. Pour cela, nous avons développé une approche globale qui repose sur 6 piliers :

- Privilégier les filières responsables
- Favoriser des achats inclusifs
- Valoriser les achats de proximité
- Promouvoir une alimentation saine et diversifiée
- S'engager pour l'économie circulaire
- Réduire notre empreinte carbone.

C'est un véritable travail collaboratif qui mobilise tous les services : nos achats avec les fournisseurs, notre direction culinaire qui teste et innove, nos équipes marketing pour les tendances et la communication, nos équipes QHSE et RSE. Chaque maillon de la chaîne a un rôle clé ! Nos chefs proposent des recettes repensées sans renoncer au goût.

Nos Achats sont organisés par catégorie et une équipe régionale de 20 collaborateurs avec 9 responsables régionaux valorise les partenariats locaux. **Plus de 25% de nos achats se font auprès de PME.** Nos fournisseurs sont intégrés en amont pour apporter innovation et disponibilité. Nous proposons des animations en restaurants, des vidéos de producteurs et des actions pour valoriser nos partenariats. Plus de 60 contrats tripartites et la réintroduction de cultures locales comme les lentilles dans les Yvelines en 2020 illustrent cet engagement. En développant des offres responsables, Sodexo joue un rôle moteur dans la transition alimentaire, à l'interface entre agriculteurs, collectivités et consommateurs. **Nous sommes convaincus que chaque repas crée de la valeur, pour ceux qui le consomment comme pour ceux qui le produisent.**

Demain, une offre plus responsable en grande distribution

Le point de vue de :

Emilie Chalignac
Directrice des opérations



Et si nos rayons passaient enfin au XXI^e siècle ?

Imaginez un monde où chaque rayon permette un choix éclairé :

- **Le rayon des conserves de poisson** organisé selon leur impact carbone, biodiversité et ses qualités nutritionnelles, dans lequel les espèces à valoriser, et celles à consommer avec modération sont explicites tout autant que leurs bénéfices santé.
- **Des linéaires de produits d'hygiène et d'entretien diluables ou solides**, sans ingrédients controversés, devenus la norme. Une offre **variée, efficace et désirable**, reléguant le plastique à usage unique au musée des erreurs du passé.
- **Des espaces dédiés aux marques solidaires** (Fiers, Ramdam Social, Kignon, Café Joyeux, Nous Antigaspis) et aux produits labellisés PME+.
- **Des rayons fruits et légumes** qui célèbrent la **résilience alimentaire locale** avec des produits de saison, sans pesticide, et garantissant un **revenu juste aux producteurs**.
- **Un rayon miel qui dit toute la vérité** avec un miel aux origines tracées.

Comment y parvenir ?

En réinventant l'offre à travers une approche structurée :

1. **Cartographier les enjeux** : Identifier les risques et opportunités sociaux et environnementaux de chaque catégorie
2. **Collaborer avec des tiers de confiance** : ONG, collectifs, organisations professionnelles, etc... pour **construire une transparence sans faille**.
3. **Afficher tout, sans rien cacher**: Origine, impact environnemental, bien-être animal, engagement social... parce que **la confiance se mérite**.
4. **Écrire de nouveaux récits** : en s'appuyant sur les tips de «L'Irrésistible Alliance du Beignet» (2025)

Source : les travaux de l'Institut du Commerce « Category Management Responsable »

Marion Caillard-Duc
Directrice RSE



Quelles actions concrètes mettre en place pour que les consommateurs repèrent mieux l'offre responsable ?

Aujourd'hui, **7 Français sur 10 déclarent vouloir orienter leurs achats vers des marques à impact positif***. Pourtant, face à l'abondance des messages en magasin et en ligne, l'offre responsable reste encore trop peu visible et peu différenciante.

Chez Médiaperformances, dans la continuité de nos engagements et de notre certification B Corp, nous avons fait de notre raison d'être un engagement quotidien : contribuer, à travers nos médias, à une consommation plus responsable, accessible à tous. Concrètement, cela signifie **aider les consommateurs à mieux identifier, comprendre et choisir des produits les plus responsables possible** (que cela soit pour la santé, la planète, ou notre société).

Nous avons donc décidé d'agir en créant **un label d'impact avec un repère simple et visible présent sur toutes les campagnes mettant en avant ces produits.**

Objectif : que le consommateur sache en un coup d'œil quels produits répondent à des engagements clairs – réduction de l'empreinte carbone, meilleure nutrition, circularité ou encore inclusion sociale.

À cela s'ajoute un engagement fort : **valoriser gratuitement chaque année 200 à 300 initiatives responsables sur nos supports média**. Une manière de donner de la voix aux marques engagées, PME comprises, et de fédérer distributeurs et industriels autour d'un même standard.

Nous mesurerons également l'impact réel de ces campagnes sur les comportements d'achat, en souhaitant démontrer que **la visibilité donnée aux produits responsables entraîne un passage à l'acte concret**.

Ensemble, **avec les enseignes et les marques PME+, nous croyons qu'un repérage clair, pédagogique et crédible de l'offre responsable est la clé pour transformer l'intention en action**, et pour accélérer la transition vers une consommation plus durable.

*Source : Olivier Dauvers

Ils incarnent la RSE au quotidien...

Leur mission ?

Transformer l'engagement en action. Ces responsables RSE et Qualité nous racontent leur quotidien, leurs défis et leurs réussites.

Une série de portraits pour découvrir ceux qui font de la durabilité une réalité dans les PME-ETI françaises.



En savoir +



Le Grenier des Gastronomes, Fruits Rouges & Co, Lechef, Famille Michaud Apiculteurs, Green Family, Biscuits Bouvard, Maison Chancerelle, Fromagerie Lincet, Grain de Sais

Des fiches pratiques pour passer à l'action sans jargon

Des outils FEEF disponibles

Réduire son empreinte carbone, mieux gérer ses déchets, communiquer de façon responsable...

Pour vous aider à y voir clair, le label met à votre disposition une série de fiches pratiques pour vous guider pas à pas sur les sujets clés.

Conçues pour les PME, ces fiches vont à l'essentiel : définitions, obligations, bonnes pratiques, premiers réflexes à adopter, et ressources pour aller plus loin.

À consulter, télécharger et partager dans votre entreprise pour engager le changement, sans y passer des heures.

À DÉCOUVRIR DANS CETTE SÉRIE

- **Communication responsable**
 - > Éviter le greenwashing et valoriser vos engagements
- **Économie circulaire & gaspillage alimentaire**
 - > Des leviers concrets pour agir vite
 - **CSRD, plan de décarbonation, trajectoire bas carbone**
 - > Comprendre les nouvelles obligations qui arrivent
 - **Bilan Carbone**
 - > Comment le réaliser simplement et pourquoi c'est essentiel
 - **ACV et éco-conception des emballages**
 - > Optimiser l'impact environnemental
- **Métiers RSE**
 - > Qui fait quoi dans l'entreprise ?
 - **Loyauté des pratiques**
 - > Intégrer l'éthique dans votre quotidien...

Accès Ma FEEF



En savoir +

Le saviez-vous ?



2 organismes évaluateurs PME+



ECOCERT Environnement est une filiale du Groupe ECOCERT. Acteur international de la certification depuis 1991, ECOCERT accompagne les organisations vers des pratiques durables. Présent dans 130 pays, il certifie et audit plus de 81 000 clients dans des domaines variés : agriculture biologique, RSE, commerce équitable. Son engagement : promouvoir des modèles responsables, respectueux de l'environnement et socialement utiles.

- AGRICULTURE BIOLOGIQUE
- RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES
- COMMERCE ÉQUITABLE
- AGRICULTURE DURABLE
- QUALITÉ ET SÉCURITÉ ALIMENTAIRE
- BIODIVERSITÉ & CHANGEMENT CLIMATIQUE

Le plus : Mutualisation d'audits possible avec d'autres labels (RSE, commerce équitable)

Filiale française de certification du groupe SGS fondée en 1878, SGS est le leader mondial des services TIC (Tests, Inspection, Certification). Présent dans plus de 2 700 bureaux et laboratoires à travers le monde, SGS emploie 99 250 collaborateurs et accompagne les entreprises dans l'amélioration de la qualité, de la sécurité et de la durabilité de leurs produits, services et processus.

- QUALITÉ ET SÉCURITÉ ALIMENTAIRE
- RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES
- AUDITS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX FOURNISSEURS
- QUALITÉ DE SERVICE
- GARANTIE PRODUITS / TRAÇABILITÉ
- SYSTÈME DE MANAGEMENT

Le plus : Depuis 2024 SGS est le gestionnaire unique du label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant), le label qui valorise l'excellence et le savoir-faire français.

PME+ : Cap sur l'avenir

Les grandes étapes en 2026

01 Faire du label PME+ un levier préférentiel dans les Appels d'Offres de la Restauration Collective et les offres de la Restauration Commerciale

02 Poursuivre la sensibilisation et générer la préférence auprès des décisionnaires de la GD et de la RHD.

03 Un référentiel enrichi des évolutions réglementaires : dès juillet 2026

- Familiariser les entreprises au reporting de durabilité pour répondre aux demandes clients et aux éventuelles futures évolutions règlementaires intégrant un suivi du reporting dans le système de notation.
- Préciser le système de notation pour faciliter l'évaluation tierce et l'amélioration des pratiques des labellisés.
- Communiquer au titre de la communauté sur des enjeux iconiques tels la réduction du gaspillage, des emballages, le climat et la biodiversité, la vie locale et le territoire.



04 Une plateforme digitale pour suivre sa labellisation

Au 1er trimestre 2026, un nouvel outil sera déployé afin d'aider les entreprises dans le suivi de leur labellisation : documents de référence, dates et préparation d'audits, rapports et attestations seront disponibles dans un seul et même endroit sécurisé accessible aux organismes évaluateurs et à l'équipe PME+ de la FEEF.

La Raison d'être du Label PME+

Le label PME+ distingue des TPE - PME - ETI françaises membres de la FEEF engagées volontairement dans une dynamique de progrès continue et évaluée, qui créent durablement de la valeur économique, sociale et environnementale dans leurs territoires.

Les membres du Comité de gouvernance

Le comité de gouvernance PME+ vise à représenter l'ensemble de ses parties prenantes. Il a pour mission de maîtriser le positionnement du label et son évolution, garantir une trajectoire claire, prévenir le risque d'image.

Il est ainsi, à date, composé de 4 dirigeants d'entreprises labellisées PME+, d'une entreprise non labellisée adhérente de la FEEF, de deux personnalités expertes de la grande consommation et de la distribution et de la responsable du Pôle RSE.

Des Enjeux et des Hommes accompagnent cette instance dans la réflexion et ses travaux.



Léonard Prunier, Président de la FEEF depuis septembre 2022



Jeanne Lemoine
Co-fondatrice et co-dirigeante du Groupe Lemoine



Thomas Auriou
Directeur Général de Pagès



Pascal Millory
Conseil en entreprise



Valérie Siegler
Directrice Générale Carola Wattwiller



Alexis Vaillant
Fondateur & CEO d'Alterfood



Laurent Zeller
Membre et Vice-Président du Conseil de Surveillance du Groupe Tournaire



Blandine Janicki
Responsable du Pôle RSE de la FEEF

Dates clés



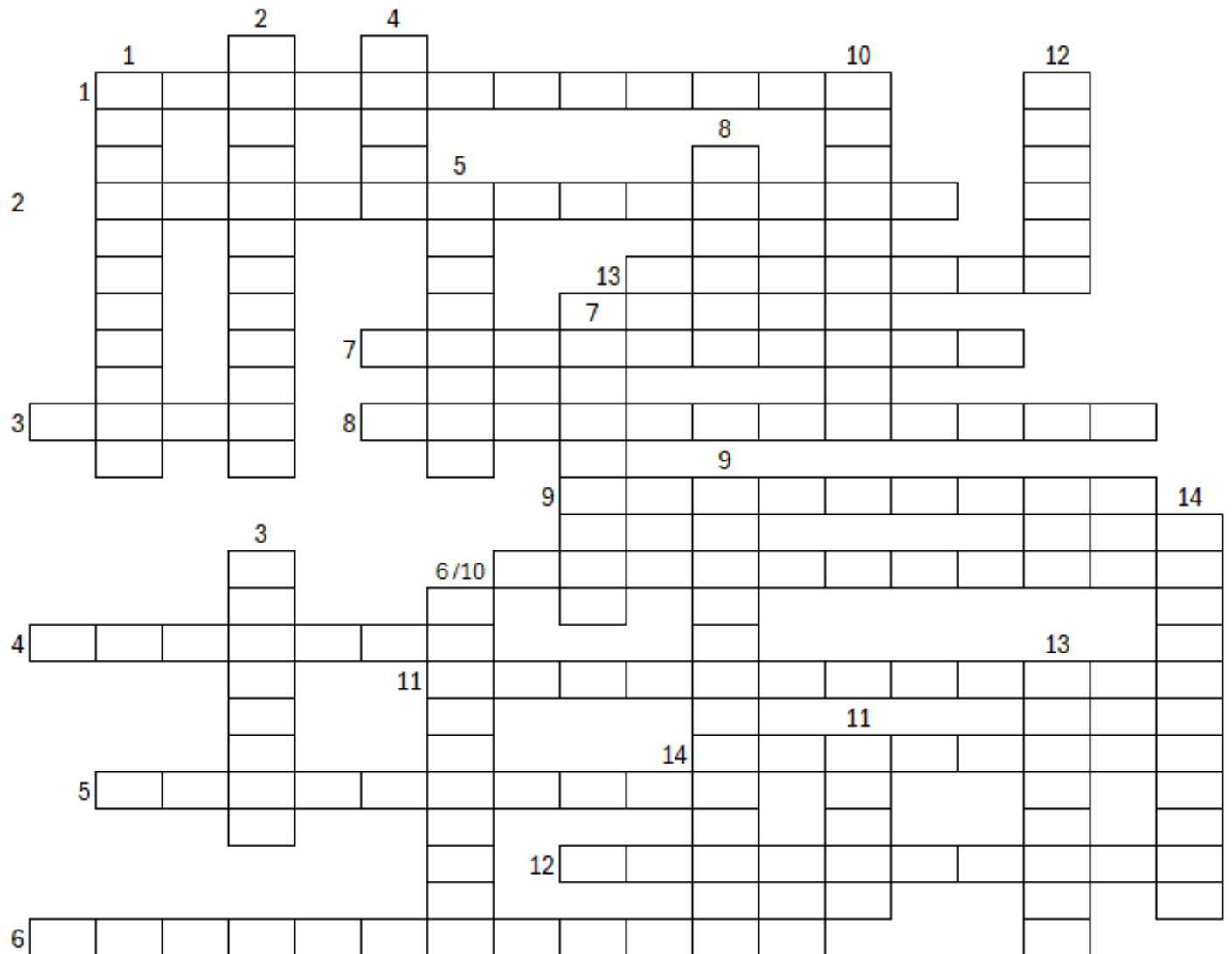
Mots croisés

HORIZONTAL

1. Chaque jour, un pas de plus.
2. Obligation de répondre de ses actes
3. Symbole qui dit engagement.
4. Empreinte invisible mais pesante.
5. Boucle vertueuse.
6. Diversité du vivant à protéger.
7. Terrain de jeu local d'une PME
8. Distinction RSE des PME engagées
9. Garder intact pour demain.
10. L'art de décider ensemble.
11. Celui qui oriente le marché
12. Choix qui soutient
13. Convaincre de monter à bord
14. Score de la performance RSE.

VERTICAL

1. Papier qui prouve qu'on fait bien.
2. Voir une ressource dans un déchet.
3. Réunion en ligne
4. Photo annuelle des impacts.
5. Impact sur la vie collective.
6. Promesse d'une seconde vie.
7. Utiliser encore, plutôt que jeter.
8. Ensemble des conditions atmosphériques
9. Tout ce qui nous entoure.
10. Équilibre entre émettre et compenser.
11. Geste simple, grande portée.
12. Faire juste, même incognito.
13. Critère d'évaluation PME+
14. Guide commun pour s'évaluer.



Solutions - HORIZONTAL : 1. Amélioration - 2. Responsabilité - 3. Logo - 4. Carbone - 5. Circulaire - 6. Biodiversité - 7. Territoire - 8. Label PMEplus - 9. Préserver - 10. Gouvernance - 11. Climat - 12. Préférence - 13. Embarquer - 14. Notation - VERTICAL : 1. Attestation - 2. Récupération - 3. Webinar - 4. Bilan - 5. Sociétal - 6. Recyclable - 7. Réemploi - 8. Climat - 9. Environnement - 10. Neutralité - 11. Tri - 12. Éthique - 13. Exigence - 14. Référentiel

Quizz en partenariat avec **mieux.** conseil.récits.design.engagée

PME+ veut dire :

- a. Petites et Moyennes Engagées +
- b. Pleins de Meetings Eternels +
- c. Pause du Midi Etirée +
- d. Pour un Monde + Engagé

RSE sont les initiales de :

- a. Rien Sans Effort (car la RSE, ce n'est pas si facile)
- b. Respectables, Solidaires, Engagés
- c. Réinventer le Succès de l'Entreprise
- d. Rentabilité Sociale et Écologique
- e. Réduire, Sauvegarder, Embellir
- f. Rendre le Sourire à l'Entreprise
- g. Responsabilité Sociale et Environnementale
- h. Responsabilité Sociétale des Entreprises

L'ONU promeut 17 ODD. Que veulent-ils dire ?

- a. Optimisme, Durabilité, Diversité
- b. Objectifs de Développement Durable
- c. Offres Durables pour Demain
- d. Objet Durable et Désirable
- e. Oser des Dingeries et des Découvertes

MIEUX est :

- a. Une agence de communication RSE depuis 2009
- b. Un cabinet conseil d'innovation durable
- c. Une société à mission, labellisée Positive Company 3*
- d. Une PME qui pense que l'humour est un levier d'apprentissage

Depuis 2009, MIEUX accompagne les entreprises dans leur communication RSE et leur innovation durable. Labellisée Positive Company 3* et société à mission, MIEUX aide les marques à accélérer leur transition sociale et environnementale. Pour plus d'infos, rendez-vous sur www.mieux.com ou connectez-vous avec Thomas via ce QR Code.



Solutions : 1. d / 2. h / 3. b / 4. a



Une publication éditée par la FEEF

Réalisation : Pôles Communication & RSE

FEEF : 8 rue d'Athènes - 75009 Paris - 01 47 42 38 67

Pôle RSE



Blandine JANICKI
Responsable du
Pôle RSE et PME+



Katrin BARROIS
Responsable
Label PME+



Emmanuelle MANANNE
Chef de projet RSE

Pôle Communication



Hélène BÉDON-ROUANET
Responsable du Pôle
Communication



Virginie FEUILLEBOIS
Responsable Relations Média

Suivre le Label PME+



@labelpmeplus



@pmeplus



@LabelPMEPlus