



Grand
Est

Agria

 FICHE ANALYTIQUE

AVRIL 2026

INNOVATION

L'innovation constitue aujourd'hui un levier stratégique majeur pour les entreprises agroalimentaires, confrontées à des enjeux multiples : évolution des attentes des consommateurs, transformation des modes de consommation, transition écologique, contraintes économiques et difficultés d'approvisionnement de certaines matières premières.

Bien au-delà du simple lancement de nouveaux produits, **l'innovation dans les entreprises agroalimentaire** englobe également :

Les procédés:
*nouvel équipement,
économie d'eau ou
d'énergie, nouveau
mode de
conservation...*

Les organisations:
*partenariats avec
d'autres entreprises,
mise en commun de
service et/ou locaux
avec d'autres
entreprises...*

Les technologies:
*automatisation,
robotisation,
utilisation de l'IA...*

**Les modèles
économiques:**
*nouveaux circuits de
distribution,
économie circulaire,
diversification...*

Dans ce contexte, comprendre les dynamiques d'innovation, identifier les secteurs porteurs, décrypter les tendances et mobiliser les bons leviers devient essentiel pour rester compétitif.

Cette fiche propose ainsi une analyse globale de l'innovation en agroalimentaire, en distinguant, d'une part, un état des lieux du secteur à travers les tendances et les données clés, et, d'autre part, les leviers opérationnels mobilisables par les entreprises, tels que les salons, les concours et les dispositifs d'accompagnement.

DÉFINITION

L'innovation est la création d'un avantage concurrentiel par un nouveau produit ou service, une nouvelle organisation ou un nouveau procédé. L'innovation se constate par le succès commercial ou sociétal qu'elle rencontre. En ce sens, elle se distingue de l'invention, qui correspond à une méthode, une technique, un bien ou un service, utile à la résolution d'un problème donné.¹

ET EN AGROALIMENTAIRE, QU'EST-CE QU'UNE INNOVATION?

On pense souvent aux nouveaux produits mais c'est également :

- Un nouveau packaging plus recyclable ou plus ergonomique pour les consommateurs
- Une modification d'une recette pour intégrer une matière première plus vertueuse (meilleure qualité nutritionnelle, meilleure origine...)
- Une adaptation d'un produit pour un nouveau mode de consommation (adaptation à la restauration hors domicile ou au nomadisme)
- Un nouveau procédé permettant de produire de manière plus durable (économie d'énergie, d'eau, moins de perte matière...)
- La valorisation d'une ressource peu ou pas valorisée
- La mise en place d'une nouvelle structure avec un mode de gouvernance original
- L'utilisation de nouvelles technologies (automatisation, IA...)

L'innovation en agroalimentaire revêt des formes multiples, allant bien au-delà du produit fini. Cette diversité se reflète dans les dynamiques observées à l'échelle nationale, comme le montrent les données récentes sur les pratiques d'innovation des entreprises du secteur.

En novembre 2025, Agreste (statistique publique de l'agriculture, de l'alimentation, de la forêt et de la pêche) a publié une étude portant sur l'innovation dans les entreprises agroalimentaires entre 2020 et 2022². Malgré le contexte particulier sur cette période, près de 2/3 des entreprises de 10 salariés et plus «ont introduit une innovation en produits ou en procédés, ou se sont engagées dans des activités d'innovation». 22 % de ces entreprises ont introduit des innovations ayant permis une réduction significative de leur consommation d'énergie ou de leur empreinte carbone en production.

Après une année 2024 terne en termes d'innovation avec une baisse des nouveaux produits de 4,9% par rapport à 2023 expliqué par Protéines XTC³ comme conséquence directe du contexte inflationniste. L'année 2025 est celle du retour de l'innovation dans l'alimentaire, en effet selon le baromètre Nutrikéo x ProtéinesXTC⁴, les nouveautés enregistrées en 2025 ont fait un bond de 31,1 % en France versus 2024.



¹ Guide illustré L'innovation, au cœur de la filière alimentaire, Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt

² L'innovation dans les entreprises agroalimentaires entre 2020 et 2022, Agreste, 18/11/2025

³ Innovation alimentaire : quelles sont les tendances qui montent (et celles qui reculent) ?, LSA, 09/04/2025.

⁴ Retour des nouveautés, tendances incontournables, top 10 des catégories...toutes les données clés du baromètre de l'innovation alimentaire mondiale 2025 Nutrikéo x ProtéinesXTC, LSA, 12/03/2026.

TOP 10 DES CATÉGORIES INNOVANTES EN FRANCE

Classement des catégories de PGC ayant le plus fort taux d'innovations en 2025 en France et évolution vs 2024, en pt

1	Surgelés salés	8,8%	+0,1 pt
2	BRSA	7,6	+0,1
3	Traiteur	5,4	+0,3
4	Condiments et sauces	5	+0,8
5	Biscuiterie	4,4	+0,5
6	Produits épicerie apéritifs	4,3	+0,6
7	Crèmerie	4,1	(entrée dans le top 10)
8	Boucherie, charcuterie, volaille	4	-1,2
	Alcools/apéritifs	4	-0,4
10	Chocolats	3,9	(entrée dans le top 10)

Source: Retour des nouveautés, tendances incontournables, top 10 des catégories.. toutes les données clés du baromètre de l'innovation alimentaire mondiale 2025 Nutrikéo x ProtéinesXTC, LSA, 12/03/2026.

Les surgelés arrivent en tête avec des tendances texture, spicy (saveurs relevées, piquantes ou pimentées) et les nouveaux modes de cuisson comme l'air fryer, d'après Xavier Terlet interviewé par LSA.



Les BRSA (Boissons Rafraichissantes Sans Alcool) sont propulsés par la tendance autour des boissons fermentées (kéfir, kombucha...) et des boissons enrichies en protéines et micronutriments.



En complément de cette lecture sectorielle, l'analyse des performances marché permet d'apporter un éclairage économique sur les dynamiques en cours et d'identifier les segments les plus porteurs.

LSA analyse les marchés des PGC-FLS (Produits de Grande Consommation et Frais Libre Service) et a publié un cahier spécial pour analyser les chiffres 2025¹.

Dans celui-ci, **Cecilia Manget**, responsable des clients industriels de Circana France a été interviewé sur le sujet de l'innovation et elle y mentionne notamment que l'innovation devrait peser autour de 1% du chiffre d'affaires pour 2025 et qu'en analysant les innovations, on peut se rendre compte **"qu'après 5 ans environ de budget R&D dédié au retravail de recettes et au nettoyage des compositions des produits (Nutri-Score, formulation plus clean...), le terrain est plus favorable aux vraies nouveautés"**.



¹ Consommation : les plus gros marchés des PGC-FLS en 2025 [Dossier], LSA, 28/10/2025.

LES SECTEURS PORTEURS

Au-delà du constat global d'un fort engagement des entreprises dans l'innovation, il est pertinent d'analyser plus finement les disparités entre les secteurs afin d'identifier les domaines les plus dynamiques.

L'étude Nutrikéo x ProtéinesXTC (ci-contre) dresse le classement des catégories de PGC (Produits de Grande Consommation) innovantes en France.

Dans ce numéro spécial, on retrouve également l'analyse de la dynamique par secteur en 2025 par rapport à 2024 :

Evolution en valeur et en volume par catégorie des PGC-FLS entre 2024 et 2025

Secteur	Evolution en valeur (CA)	Evolution en volume
Aliments infantiles	-3,4	-3,3
Aliments pour animaux	-0,1	-2,1
Assaisonnements et condiments	+4,4	+2,6
Conserve de légumes	-1,5	-1,8
Conserves de poisson	-1,8	-0,4
Conserves de viande	-2,9	-3,1
Féculents	-2	+0,3
Plats cuisinés	-0,6	-0,9
Potages et sauces	+0,8	+1,8
Produits apéritifs	+2,1	+2,8
Biscuiterie sucrée	+1,4	-1,2
Confiserie	+5,9	-0,5
Conserves de fruits	+1,2	+1,5
Desserts	-3,3	-2,7
Panification préemballée	+1,9	+0,9
Panification sèche	+0,1	-0,8
Pâtisserie industrielle	+2,3	-1,3
Petits déjeuners	+4	-0,3
Sucres et épicerie pâtisserie	-1,5	-1,2
Bière et panachés	+0,2	+0,5
Cidres	+2,2	-1,1
BRSA (boisson rafraichissante sans alcool) gazeuses	+1,4	-1,5
BRSA non gazeuses	+2,7	-2,1
Eaux	+2,5	+3,3
Alcools et liqueurs	-2,5	-2,1
Boissons apéritives	-3,7	-3,8
Mousseaux et champagnes	-1,7	-0,3
Beurre, œufs, lait	+0,2	-0,3
Fromages	+1,8	+1,9
Ultrafrais	+0,4	+1
Boucherie	+3,9	+5,6
Charcuterie	-1	+1,5
Fruits et légumes	-0,4	+3,1
Saurisserie	+0,3	+2,3
Traiteur	+2,1	+3,5
Volaille	+3	+4,7
Surgelés salés	-1,3	+1,9
Surgelés sucrés	+10,3	+9,7

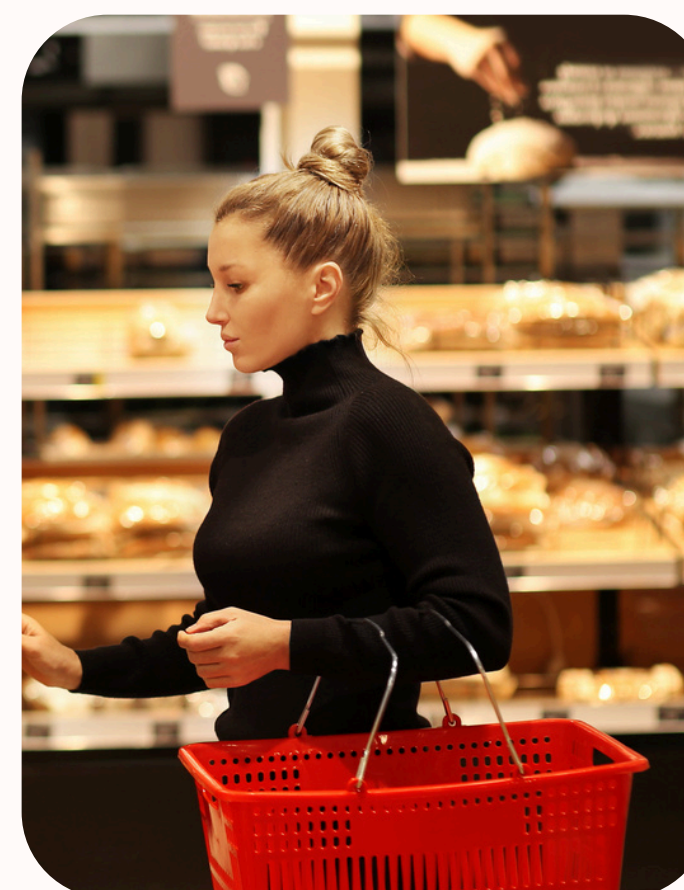


QUELS SONT LES SECRETS POUR DÉVELOPPER DES PRODUITS INNOVANTS QUI TROUVERONT LEUR PUBLIC ?

Si l'innovation est largement répandue, toutes les nouveautés ne rencontrent pas le même succès. Il est donc essentiel de comprendre les facteurs clés qui permettent à une innovation produit de s'imposer sur le marché.

D'après l'ANIA¹, tous les 5 ans un **demi-supermarché est renouvelé**, autrement dit 50% de ce que l'on trouve actuellement dans nos GMS n'existait pas il y a 5 ans. Ce qui correspond à environ **3 000 innovations** produits mises sur le marché chaque année.

Plusieurs panelistes étudient chaque année les performances des innovations dévoilées dans l'année. Souvent leurs études sont payantes mais il est possible d'en avoir des résumés grâce aux relais dans la presse spécialisée (LSA, Process Alimentaire, AgroMedia...).



¹ Innovation et nouveauté alimentaire, ANIA

NielsenIQ s'est associé à la Feef (Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France) pour publier le palmarès des innovations de PME-ETI françaises commercialisées en hypermarchés et supermarchés sur le second semestre 2023 et le premier 2024¹. Dans le **top 3**, on retrouve :



En janvier 2026, LSA a publié le classement selon Circana des **10 plus grandes innovations** dans le secteur des produits de grande consommation. Les produits sont classés par chiffre d'affaires, 6 produits alimentaires figurent dans le top 10² :

- Les pâtes fraîches farcies « Buon Appetito » de Rana
- Les boissons « Ciao Kombucha »
- Les boissons « Desperados Sunlight »
- Les œufs « Lustucru œufs »
- Les glaces « Double Utopia » de Magnum
- Les sucreries « Tic Tac Two »



De son côté, **Process Alimentaire** relaie le top des innovations 2025 (tout type d'entreprise confondu) de NielsenIQ³, celui-ci contient **3 produits alimentaires** :

- Le lait Lactel Vita'Ve, partiellement délactosé et enrichi en 12 vitamines
- Les boissons Ciao Kombucha
- Les friandises surgelées Franui



Sources : NielsenIQ - Chiffres d'affaires après six mois de lancement.

¹ Top innovations PME-ETI : la Feef et NielsenIQ dévoilent le palmarès 2025, Process Alimentaire, 10/12/2025.

² Grande distribution : ces 10 innovations qui ont généré le plus de chiffre d'affaires en 2025, LSA, 27/01/2026

³ NielsenIQ dévoile son top des innovations 2025, Process Alimentaire, 13/02/2026

TENDANCES

Suite à son classement des innovations 2025, Nielsen IQ met en avant 3 tendances principales¹ :

01

L'ALIMENTATION FONCTIONNELLE

19 % du chiffre d'affaires des innovations 2025 vient de celles qui ont un bénéfice santé ou une fonction particulière.

02

LES « SOCIAL INNOVATIONS »

La force de frappe des réseaux et des influenceurs s'est confirmé notamment avec les lancements de Ciao Komucha et Franui

03

AGIR POUR LA PLANÈTE TOUT EN FAISANT DES ÉCONOMIES

D'après NielsenIQ « les deux moyens les plus plébiscités pour préserver l'environnement sont la lutte contre le gaspillage (chez 48 % des Français) et, justement, la réduction de la consommation d'énergie (41 %). »



L'étude de NielsenIQ et de la Feef² révèle une dynamique positive :

+7% de lancements et **+27% de chiffre d'affaires** en moyenne pour les innovations.

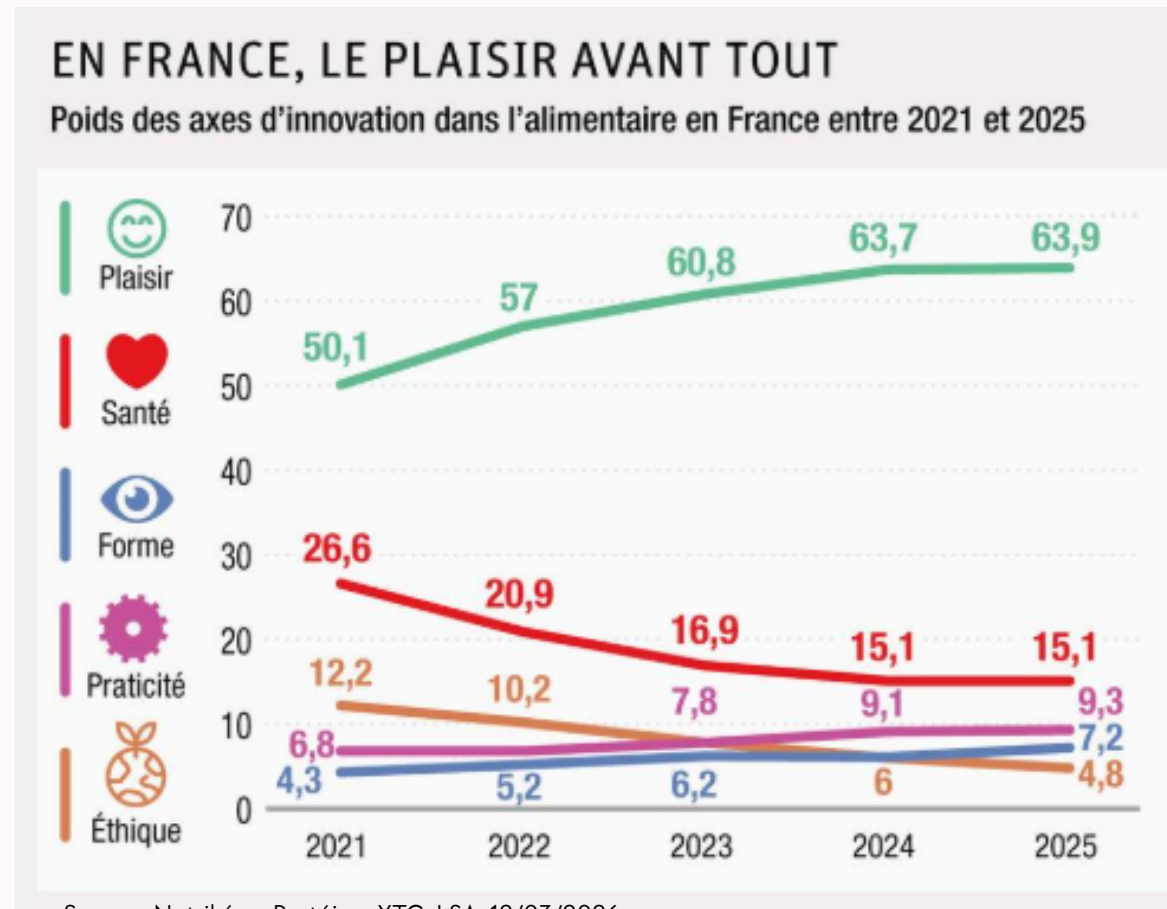
4 tendances ont été identifiées :

- Snacking et facile à cuisiner
- Ancrage local et savoir-faire
- Nostalgie des marques emblématiques
- Licences fortes auprès des familles

¹ NielsenIQ dévoile son top des innovations 2025, Process Alimentaire, 13/02/2026

² Top innovations PME-ETI : la Feef et NielsenIQ dévoilent le palmarès 2025, Process Alimentaire, 10/12/2025.

Chaque année, ProtéinesXTC et Nutrikéo¹ identifient les tendances dans le monde et en France, l'analyse des tendances 2025 vient d'être publiée.



Depuis 5 ans, l'axe majeur d'innovation est le plaisir, déjà largement en tête, il ne cesse de progresser.

La praticité est également en progression avec un gain de 2,5 points en 5 ans.

EN CONCLUSION, LES 3 TENDANCES PHARES SONT :



Bénéfices immédiats: plaisir, santé ciblée et praticité. Les innovations doivent apporter une valeur claire et directement perceptible.



Puissance des influences: réseaux sociaux, influenceurs, licences et marques fortes deviennent des accélérateurs clés de succès.



Arbitrages économiques: les consommateurs privilégient des solutions utiles et accessibles, conciliant économies et impact concret.



¹ Retour des nouveautés, tendances incontournables, top 10 des catégories...toutes les données clés du baromètre de l'innovation alimentaire mondiale 2025 Nutrikéo x ProtéinesXTC, LSA, 12/03/2026.



UN LEVIER MAJEUR : L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Au-delà des tendances produits, certains leviers technologiques jouent un rôle structurant dans l'innovation des entreprises, au premier rang desquels **l'intelligence artificielle**, s'emparer rapidement de cet enjeu pourra permettre aux entreprises de se différencier.

L'intelligence artificielle peut se déployer à différentes échelles :

- Détection d'anomalies sur les produits
- Automatisation et traçabilité des analyses de qualité
- Maintenance prédictive
- Gestion de l'énergie
- Etc

Au regard de ces éléments, l'innovation en agroalimentaire apparaît comme un phénomène à la fois dynamique et structuré par des tendances de fond, des évolutions de marché et des leviers technologiques. Comprendre ces dynamiques constitue un préalable essentiel pour se positionner efficacement.



Il convient désormais de s'intéresser aux moyens concrets permettant aux entreprises de transformer ces opportunités en projets d'innovation, en s'appuyant sur un écosystème d'acteurs, d'événements et de dispositifs d'accompagnement.

LES SALONS

Pour accompagner ces dynamiques d'innovation, les entreprises peuvent s'appuyer sur un écosystème riche d'événements professionnels favorisant la veille, les échanges et la visibilité.

De nombreux salons existent tout au long de l'année¹ :

¹ Top 15 des salons internationaux majeurs de l'agroalimentaire en 2026 : Un panorama stratégique pour le secteur français, AgroMedia, 22/12/2025



NOM DU SALON	DATE APPROXIMATIVE	LIEU	SPÉCIFICITÉS
CFIA	Mars	Rennes	2000 exposants 23000 visiteurs Pôles ingrédients, emballages et équipement
SIAL Paris	Octobre (tous les 2 ans)	Paris	7500 exposants 285000 visiteurs Dimension internationale avec la venue d'entreprise du monde entier Villages régionaux et village start-up
ANUGA	Octobre	Cologne (Allemagne)	7000 exposants 160000 visiteurs Nouvelles tendances de consommation Marché européen et international
Salon International de l'Agriculture	Février-Mars	Paris	Grand public Concours générale agricole Villages régionaux
Forum Labo	Mars	Lyon	Recherche, innovation, analyses industrielles
Global Industrie	Mars-Avril	Paris	Usine de demain Défis technologiques et environnementaux de demain
MeetingPack	Avril	Valence	Emballages durables
Securfood	Juin	Beauvais	Sécurité alimentaire et conformité réglementaire
Prod&Pack (tous les 2 ans)	Novembre	Lyon	750 exposants Produits emballés Production, Packaging, Logistique
Natexpo	Septembre Novembre-Décembre	Lyon / Paris Un an sur 2	Produits biologiques, écologiques et diététique

Des salons spécifiques aux filières existent également (RHD, Boulangerie, Snacking, Chocolat, Vin...).



LES CONCOURS D'INNOVATION ALIMENTAIRE

Dans cette même logique de mise en lumière des innovations, les concours constituent une opportunité supplémentaire pour valoriser ses projets et bénéficier de retours d'experts.

Il existe de nombreux concours d'innovation alimentaire; participer à un tel concours permet de:

- Faire connaître son produit
- Se confronter à un jury qui pourra avoir des conseils
- Gagner des récompenses qui peuvent être financière



A l'échelle régionale, **Agria Grand Est** organise un an sur deux **INOVAL** et **INOVANA**:

INOVAL

CONCOURS DE L'INNOVATION EN ALIMENTAIRE DU GRAND EST

Ce concours s'adresse aux entreprises agroalimentaires du Grand Est qui ont développé un projet innovant sur l'une de ces thématiques : produit, service, procédé, organisation de l'entreprise, aspects sociétaux, aspects marketing / commercialisation. En 2026, le concours fête sa 10ème édition.

[En savoir plus](#)

INOVANA

CONCOURS DE L'INNOVATION DES VALORISATIONS NON ALIMENTAIRE DES AGRO-RESSOURCES

Ce concours s'adresse aux entreprises du Grand Est qui œuvrent dans le domaine des agroressources et qui ont développé un produit, un procédé ou un service innovant relevant de la chimie du biosourcé, de l'énergie biomasse ou des agro-matériaux et polymères biosourcés. La prochaine édition aura lieu en 2027.

[En savoir plus](#)

Il existe aussi des concours nationaux, comme par exemple :

SIAL INNOVATION

organisé par le SIAL en partenariat avec ProtéinesXTC, les produits présentés sont exposés dans un espace spécifique du SIAL et des sessions de speedmeeting sont organisés avec des acheteurs et décideurs du salon.

LES TROPHÉES DE L'INNOVATION DU CFIA RENNES

12 nommés bénéficie d'une visibilité renforcé grâce au salon: communication presse, diffusion sur les réseaux du CFIA, signalétique dédiée sur votre stand, présence dans le guide de visite, sans oublier une large couverture médiatique après l'événement



LE FINANCEMENT DE L'INNOVATION

Enfin, au-delà des idées et des opportunités de visibilité, la concrétisation des projets d'innovation repose sur un élément clé : leur financement. Plusieurs dispositifs et organismes existent et permettent de limiter le recours à des prêts bancaires :



Les régions peuvent participer au financement des entreprises agroalimentaires



FEADER : Fonds européen agricole pour le développement rural

FEDER : Fonds européen de développement régional

Selon l'étude Agreste déjà citée ci-dessus, seulement 53% des entreprises innovantes entre 2020 et 2022 ont reçu un financement pour leurs activités d'innovation. Néanmoins c'est un facteur majeur pour se lancer dans un processus d'innovation.

INTERVIEW

Laurent Probst

Innover une fois, c'est bien. Innover durablement, c'est un métier. Laurent Probst, PDG de Cookal, spécialiste de la caramélisation à l'alcool pour les professionnels, partage les clés qui lui ont permis de maintenir une dynamique d'innovation sur plus de deux décennies.

Cookal



Si on vous dit innovation alimentaire, à quoi pensez-vous ?

Pour moi, innover, c'est avant tout regarder un problème différemment et imaginer des usages nouveaux de produits existants. C'est exactement ce qui m'a conduit à créer Cookal : j'ai imaginé une utilisation totalement nouvelle de l'alcool, non plus comme boisson, mais comme outil de cuisson et de caramélisation.

L'innovation alimentaire, c'est ça : une nouvelle façon d'aborder un produit, une conscience environnementale, et une écoute profonde des besoins clients.

Comment faire durer un produit innovant dans le temps ?

Il faut réinventer régulièrement. Moi-même, environ 15 ans après la première version de notre produit phare, j'ai dû tout repenser : passage d'un alcool liquide à un alcool gélifié, amélioration de la caramélisation, nouvelle mise en oeuvre. Ces évolutions nous ont permis de redéposer un brevet et de relancer une dynamique d'innovation. Sur la protection, il faut choisir la bonne stratégie selon les cas : le brevet quand l'invention ne peut pas être contournée,

le secret industriel quand la valeur repose sur un savoir-faire difficilement répliquable. Et dans tous les cas, il faut rester attentif aux évolutions du marché pour adapter le produit en conséquence.

Comment continuer à innover quand l'entreprise grandit et que les produits sont bien installés sur leur marché ?

C'est là le vrai défi. Plus l'entreprise grossit, plus le processus "tue l'innovation". Il faut résister à ça : garder le goût du test, ménager des espaces de liberté, et s'entourer de personnes rigoureuses qui permettent aux profils créatifs de rester créatifs. Rester connecté est aussi indispensable. Être jury, aller dans les salons, voir ce qui se fait, rencontrer d'autres acteurs, c'est ce qui permet de capter les tendances et d'éviter l'isolement qui freine l'innovation.

Il faut aussi savoir rebondir. En 2014, lors d'une crise, nous avons saisi l'opportunité de nous diversifier dans la fabrication d'e-liquides : c'est ce qui a assuré notre survie financière à ce moment-là. Et ne jamais perdre l'écoute des clients, car leur évolution génère les nouvelles innovations (besoin de spectacle, de simplicité, de rentabilité...).

Enfin, même en étant une petite structure, nous avons continué à investir en R&D : financement de deux doctorants, projets avec l'ENSAIA, veille concurrentielle via le CIR/CII, participation régulière à des concours comme le SIRHA ou le SIAL.

Dans un contexte où les enjeux environnementaux sont de plus en plus prégnants, comment concilier innovation, durabilité et prix viables ?

La clé, c'est d'intégrer la durabilité dès le départ, pas de l'ajouter après coup. Chez Cookal, c'est un pilier depuis l'origine : alcool biosourcé, combustion propre, très peu de déchets industriels.



Sur le prix, j'aime citer cet exemple : en 2005, une caramélisation valait 40 centimes. En 2026, elle vaut encore 40 centimes. Ce maintien a été rendu possible par les économies d'échelle et la montée en puissance de l'export, qui représente aujourd'hui 50 % de notre chiffre d'affaires.

“

Pour que le prix reste acceptable côté client, un produit doit faire gagner du temps, résoudre un vrai problème professionnel (pénurie de personnel, besoin d'expérience en salle), et permettre au restaurateur de revendre la valeur ajoutée.

C'est comme ça qu'on maintient l'équation économique sur le long terme.

Merci à Laurent Probst pour le temps accordé et la générosité de ses réponses.



Pour aller plus loin

COMMENT AGRIA GRAND EST PEUT VOUS ACCOMPAGNER?

Agria Grand Est peut vous accompagner dans votre processus d'innovation. Selon votre besoin, voici vos référentes :



MÉLANIE LAURENT

Animation de sessions de créativité -
Formulation alimentaire et optimisation de formule existante (clean label, Nutri-Score...)

Contacteur



JULIE COIGNUS

Études techniques et de faisabilité -
Amélioration de procédés pour une optimisation des consommations d'énergie -
Recherche de financement

Contacteur



JOHANNA ZAFFAGNI

Écoconception -
Valorisation de coproduits

Contacteur



AGATHE VETTIER

Étude d'opportunité -
Stratégie marketing produits et services

Contacteur



Enfin, le collectif des **Food Innovation Days – One Food** est également là pour vous orienter. Il s'agit du seul groupement d'experts dédié à l'innovation alimentaire en France. Composé de **6 membres** (Agria Grand Est, Ensaia, FoodTech® Grand Est, Fondation ID+ Lorraine, Grand Nancy Innovation, Incubateur Lorrain), ce collectif conseille et développe la notoriété des projets d'innovation, du porteur de projet à l'entreprise installée, en passant par la startup.

En savoir +