

Laits

LES ÉTUDES



Image et perception des
produits au lait de brebis
par les consommateurs

Synthèse

ETUDE IMAGE ET PERCEPTION DES PRODUITS AU LAIT DE BREBIS : GRANDS ENSEIGNEMENTS

Cette synthèse s'appuie sur l'étude relative à l'image et à la perception des produits au lait de brebis, menée par IPSOS pour FranceAgriMer et France Brebis Laitière. Elle met en lumière les principales causes de la baisse des achats ainsi que les leviers d'action identifiés pour soutenir et relancer la consommation de ces produits.

Contexte et objectifs :

Après une période de développement, le marché des produits au lait de brebis a connu un recul marqué entre 2022 et 2024. À première vue, l'inflation et donc la recherche d'économie des consommateurs explique une grande partie de cette dégradation

Afin d'identifier les leviers à activer pour relancer la croissance de ce marché, FranceAgriMer et France Brebis Laitière ont souhaité mener une étude visant à mieux caractériser l'image et la perception des produits au lait de brebis, qualifier le profil des consommateurs et comprendre l'évolution du marché des produits de lait de brebis.

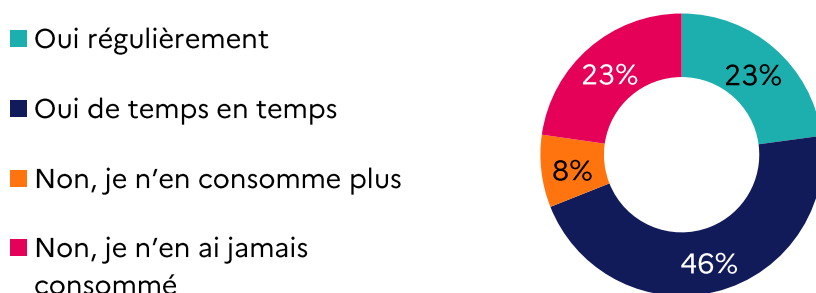
L'étude, confiée à Ipsos bva, a été menée en deux volets. Un premier volet, qualitatif, a permis de mieux connaître la perception et les leviers du marché auprès des Français. Le dispositif consistait à interroger 75 consommateurs ou « abandonnistes »¹ via la plateforme en ligne d'Ipsos bva pendant 5 jours, au cours du mois de février 2025. Un deuxième volet quantitatif online, a permis de compléter ces premiers résultats. Il a été mené du 7 au 12 mai 2025 via la plateforme Ipsos Digital auprès d'un échantillon de 2000 Français, âgés de 18 à 75 ans, représentatifs de la population en termes de sexe, d'âge, de région, et de catégorie socio-professionnelle.

¹ Personnes qui par le passé consommaient des produits à base de lait de brebis et qui ne le font plus.

Résultats détaillés :

Pour la majorité des répondants, la consommation de produits comme les fromages, les yaourts et les crèmes à base de lait de vache est enracinée dans leur routine depuis le plus jeune âge. C'est moins le cas pour les produits à base de lait de brebis. Si tout de même 69 % des Français consomment des produits laitiers à base de lait de brebis, (contre 99,8 % pour les produits au lait de vache d'après le panel Worldpanel by Numerator²) près d'un quart ne consomme pas de produits à base de lait de brebis et 8 % n'en consomment plus (voir figure 1).

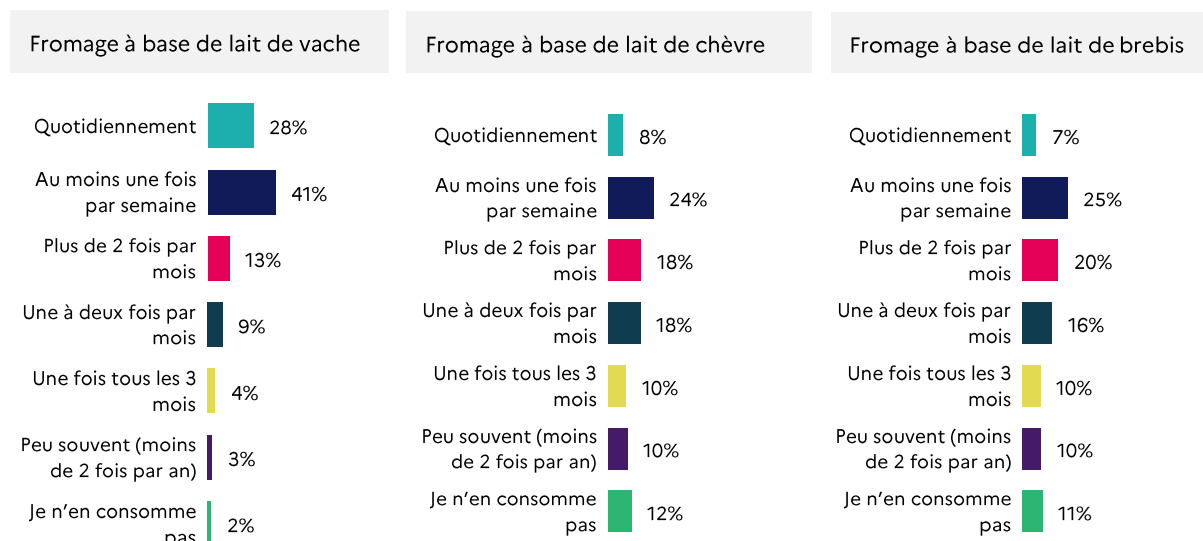
Figure 1 : habitudes de consommation des produits laitiers à base de lait de brebis (yaourts, fromage, lait, crème)



Source : Ipsos

Les yaourts et les fromages à base de lait de brebis sont en outre moins fréquemment consommés : 28 % des Français consomment quotidiennement du fromage à base de lait de vache contre 7 % pour les fromages à base de lait de brebis (voir figure 2). Seuls 5 % des Français consomment des yaourts à base de lait de brebis quotidiennement, contre 33 % pour les yaourts au lait de vache. **La crainte d'un goût prononcé combinée à un prix élevé sont des barrières à l'achat importante pour les produits à base de lait de brebis.**

Figure 2 : Habitudes de consommation des fromages selon l'origine



Source : Ipsos

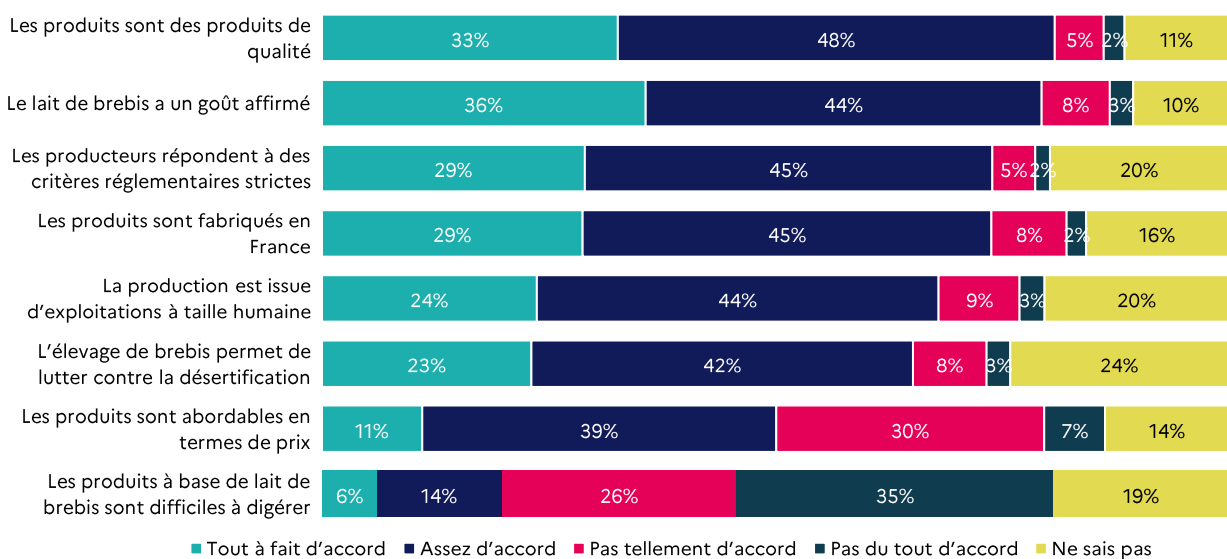
² 70 % pour les fromages au lait de brebis d'après le panel Worldpanel by Numerator.

Les produits au lait de brebis sont souvent perçus comme ayant un goût plus fort que ceux au lait de vache, ce qui peut en freiner la consommation. Ce facteur a été identifié comme le principal critère d'abandon de ces produits. Cependant, ils sont également vus comme plus digestes et provoquant moins d'intolérances alimentaires (par près d'un Français sur deux). Ainsi, ces produits sont considérés comme une substitution intéressante lors du développement d'intolérances au lait de vache, déclarées par 13 % des Français. Enfin, le prix est souvent perçu comme un frein important à l'achat.

Une connaissance encore partielle de la filière brebis, mais la majorité reconnaissent la qualité des produits.

La filière brebis est associée à un élevage de plein air, avec des propos positifs sur la qualité de ses produits et leurs effets sur la santé. 80 % des Français jugent que les produits à base de lait de brebis sont des produits de qualité, au goût affirmé, et 60 % les considèrent comme faciles à digérer (voir figure 3). Toutefois, près de 20 % des consommateurs connaissent peu les spécificités de la filière et près de 30 % des répondants n'en mentionnent pas les qualités digestives en particulier chez les non-consommateurs (voir tableau 1). Enfin, 37 % des Français estiment que ces produits sont peu ou pas abordables, perception particulièrement marquée chez les non-consommateurs et les « abandonnistes ».

Figure 3 : Image assistée - Produits au lait de brebis



Source : Ipsos

Tableau 1 : Image assistée – méconnaissance des bénéfices des produits au lait de brebis par rapport aux produits au lait de vache

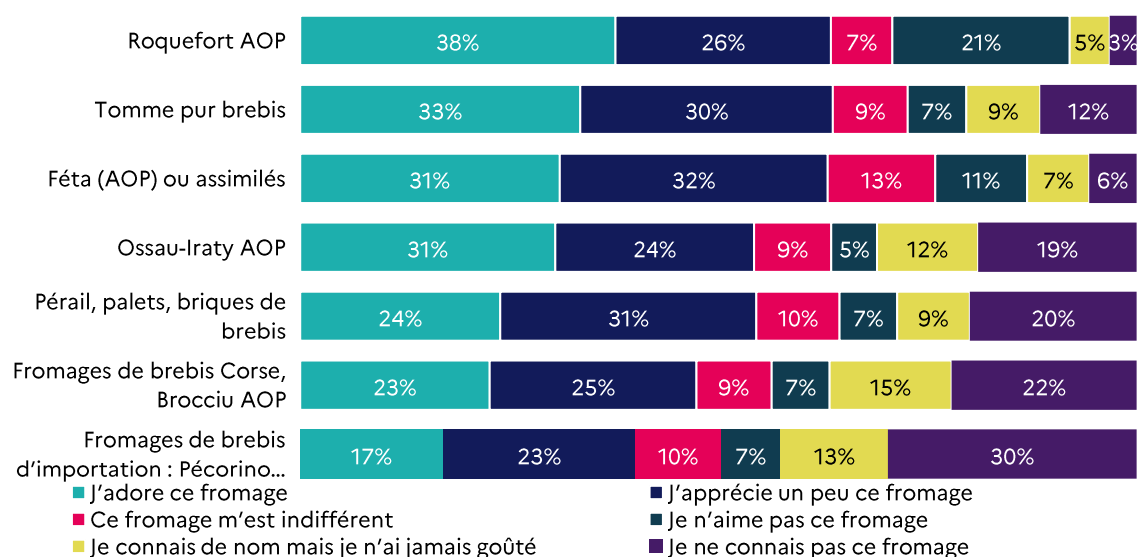
	Total	Consommateurs	Abandonnistes	Non-consommateurs
Sont plus caloriques que les produits à base de lait de vache	39%	30%	37%	66%
Sont meilleurs pour la santé que les produits à base de lait de vache	35%	27%	33%	60%
Provoque moins d'intolérance que le lait de vache	34%	26%	32%	59%
Sont plus écologiques que ceux à base de lait de vache	32%	25%	27%	53%
Sont plus digestes que des produits à base de lait de vache	30%	21%	32%	58%

Source : Ipsos

Les préférences gustatives et secondairement le prix représentent des freins à la consommation des fromages au lait de brebis

- ✓ 32 % des Français consomment au moins une fois par semaine du fromage à base de lait de brebis (contre 69 % pour la vache) (voir figure 2). Les qualités gustatives, l'origine française et la texture du fromage sont les premiers critères de choix, suivis du niveau de prix. L'achat de fromages de brebis n'est prévu avant l'achat que par 44 % des consommateurs.
- ✓ 11 % des Français ne consomment pas de fromage au lait de brebis. Dans ce cas, le premier frein à l'achat est le goût personnel du répondant ou de son foyer, suivi du prix. La notoriété des différents types de fromages au lait de brebis est très variable. Les plus connus sont le Roquefort (97 % des répondants), la fêta et produits assimilés (94 %) ainsi que la tomme (88 %). Les autres fromages sont plus méconnus : 22 % des consommateurs ne connaissent pas le Brocciu et 20 % le Pérail (voir figure 4).

Figure 4 : Notoriété assistée - fromages au lait de brebis



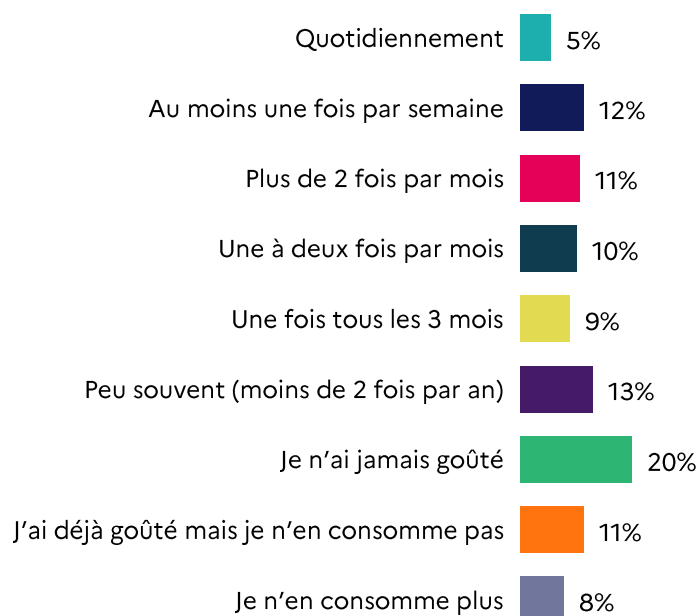
Source : Ipsos

Environ 5 % des consommateurs de fromages au lait de brebis a arrêté d'en consommer. Cependant, l'arrêt est difficile à dater. Les principales raisons invoquées sont le goût (préférence pour d'autres fromages, lassitude) et la contrainte financière.

Les yaourts, faisselles et desserts lactés au lait de brebis : seulement 17 % de consommateurs hebdomadaires et encore 20 % de Français qui n'en ont jamais goûté

- ✓ 31 % des Français ne consomment pas de yaourts/desserts à base de lait de brebis et 20 % n'en ont jamais goûté (voir figure 5). Le premier frein est le goût supposé fort du lait de brebis, notamment par rapport aux autres laits. 23 % ne pensent pas à en acheter. Le prix est un frein pour 20 % des non-acheteurs.

Figure 5: Fréquence de consommation des produits ultra-frais (yaourts, faisselles, desserts lactés) à base du lait de brebis



Source : Ipsos

- ✓ 8 % ont arrêté d'en consommer : le prix est un obstacle pour 25 % d'entre eux estimant ces yaourts/desserts à base de lait de brebis chers, et l'inflation un obstacle pour 9 % d'entre eux, contraints de faire des arbitrages, selon le budget dont ils disposent.
- ✓ 17 % des Français en consomment au moins une fois par semaine. Il s'agit d'un produit qui figure sur la liste de courses seulement pour 44 % des consommateurs. Les premiers critères d'achat reposent sur la qualité du produit, néanmoins le prix reste un facteur important pour les consommateurs.

Recommandations :

Si le positionnement prix des produits à base de lait de brebis est un facteur de la baisse des ventes, c'est d'abord par goût que les consommateurs ont cessé d'en acheter. Ainsi des recommandations ont été formulées dans le cadre de l'étude :

1. Communiquer largement sur les atouts de la filière et les qualités des produits
 - Communiquer sur les caractéristiques de la filière lait de brebis pour combler le manque d'informations des consommateurs.
 - Présenter les bénéfices du lait de brebis et de ses produits. La démonstration de la qualité peut faire accepter un prix jugé cher par certains acheteurs de produits laitiers.
 - Utiliser les réseaux sociaux pour communiquer auprès des plus jeunes, et notamment par la voix des influenceurs, spécialisés dans la cuisine, et notamment ceux mettant en avant des produits considérés comme sains
2. Être présent plus souvent en rayon

Les produits à base de lait de vache sont consommés plutôt par habitude, alors qu'une large part des personnes interrogées n'a jamais goûté certains produits à base de lait de brebis. Les répondants ont indiqué effectuer une grande part de leurs achats spontanément en rayon. Ainsi, il peut être utile de :

- Mettre en avant les produits AOP et leur origine France.
 - Mener plus de promotions. Bien que la promotion ne soit pas un critère d'achat, elle permet aux produits d'être mis en avant en rayon. Le manque de présence à l'esprit représente un fort manque à gagner.
3. Favoriser la dégustation
 - Faire déguster les produits pour les faire connaître auprès des consommateurs, notamment les yaourts ou les faisselles et les fromages les moins connus.
 - Changer l'idée reçue que les produits ont un goût fort grâce aux dégustations.
 - Atténuer les préjugés en proposant une échelle de goût – et des recettes adaptées à tous les palais.

LES ÉTUDES

Image et perception des produits au lait de brebis par les consommateurs - Synthèse
édition février 2026



Directeur de la publication : Martin Gutton
Rédaction : Ipsos
Conception et réalisation : service Communication / Impression : service Arborial

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex
Tél. : 01 73 30 30 00 ■ www.franceagrimer.fr

 FranceAgriMer
 FranceAgriMer FR