

DONNÉES POINT CONSO



Édition Mai 2026 - N° 23

Sources et définitions :

Le panel consommateurs Worldpanel by Numerator suit les achats de produits alimentaires **PGC** (produits de grande consommation) et **PFT** (produits frais traditionnels) de 12 000 ou 20 000 ménages français métropolitains (selon les produits) pour leur consommation au domicile principal, quel que soit le circuit d'approvisionnement.

Le panel distributeurs CIRCANA suit les ventes des distributeurs français pour les principaux segments de la consommation alimentaire (total alimentaire et une sélection de 35 catégories de produits solides et liquides).

L'année est séparée en 12 (panel Circana) ou 13 (panel Worldpanel by Numerator) **périodes**, intitulées **P**.

L'indice des prix à la consommation (**IPC**) de l'Insee sert à estimer l'inflation en mesurant l'évolution des prix moyens d'un panier fixe de biens et de services.

PGC : Produits de Grande Consommation, avec code barre et à poids fixe comme le chocolat, les conserves, le café, etc. L'univers présenté ici concerne uniquement l'alimentaire et les liquides (hors hygiène beauté et entretien, et hors vins) ; les quantités sont en nombre d'articles.

PFT : Produits Frais Traditionnels, à poids variable comme la boucherie, les fruits et les légumes, les fromages à la coupe, etc. ; les quantités sont en milliers de tonnes.

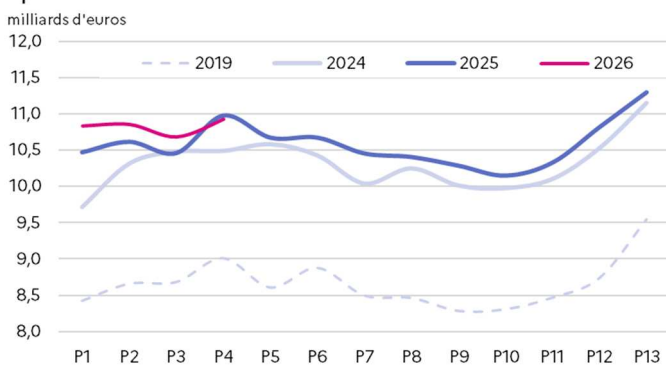
MDD : marque de distributeur. **MN** : marque nationale.

EDMP : enseigne à dominante de marques propres. **GMS / GSA** : grandes et moyennes surfaces / Grandes Surfaces Alimentaires. **Proxi** : enseignes dites de proximité (zones urbaines et rurales), d'une surface inférieure aux supermarchés.

CA : chiffre d'affaires. **CAD** : cumul à date.

Dépenses en produits alimentaires

Dépenses alimentaires mensuelles



Source : Worldpanel by Numerator, traitement FranceAgriMer

Les dépenses alimentaires de P4 2026 (consommation au domicile) sont de 10,9 milliards d'euros, légèrement en recul par rapport à celles d'un an auparavant (- 0,4 %).

Ce recul intervient à la suite de 13 périodes consécutives de hausse. Ces dépenses restent tout de même largement supérieures aux années antérieures (+ 4,1 % vs. P4 2024 ; + 21,3 % vs. P4 2019).

EN P4 2026, LES DÉPENSES ALIMENTAIRES ONT DIMINUÉ DE 0,4 % VS. AVRIL 2025

Évolution des sommes dépensées en 2026

%, n/n-1 (P1 à P4)



Source : Worldpanel by Numerator, traitement FranceAgriMer

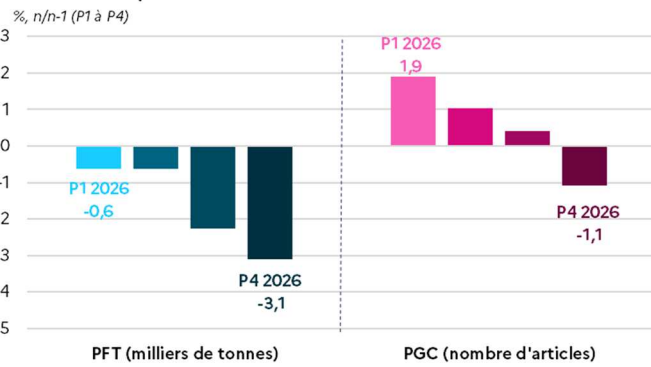
Les trois derniers mois étaient marqués par une hausse des dépenses en PFT et en PGC. En P4 2026, la tendance s'inverse, avec - 0,6 % pour les dépenses en PGC. Celles-ci sont stables pour les PFT (- 0,03 %).

En cumul sur 2026, la hausse des dépenses s'établit à 2,0 % en PFT et à 1,8 % pour celles en PGC.

RECU DES DÉPENSES EN PGC EN P4 2026

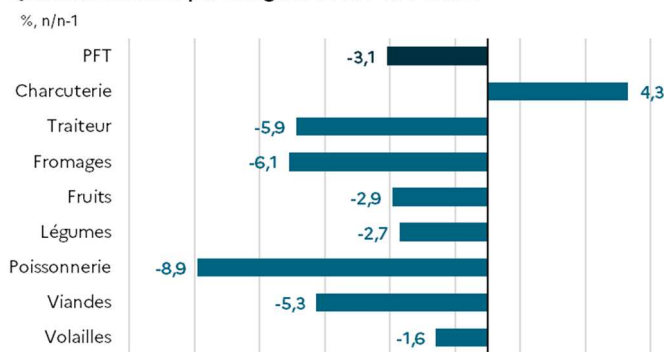
Quantités achetées de produits alimentaires

Évolution des quantités achetées en 2026



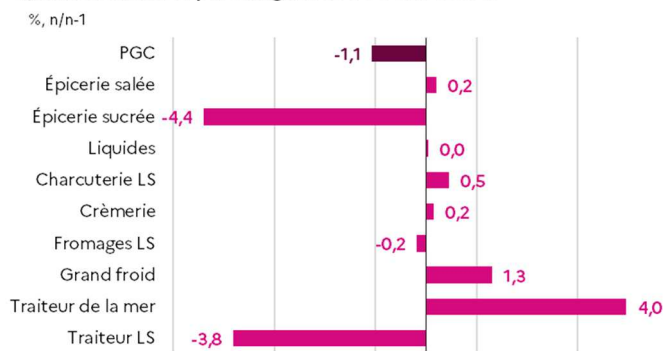
Source : Worldpanel by Numerator, traitement FranceAgriMer

Quantités achetées par catégorie de PFT en P4 2026



Source : Worldpanel by Numerator, traitement FranceAgriMer

Quantités achetées par catégorie de PGC en P4 2026



Source : Worldpanel by Numerator, traitement FranceAgriMer

La baisse des sommes dépensées s'accompagne d'une réduction du volume d'achat de produits alimentaires.

En P4 2026, les quantités achetées de PFT poursuivent leur baisse avec un recul de 3,1 % par rapport à P4 2025. Le volume d'achat de PGC diminue de 1,1 %.

En cumul sur le début de l'année 2026, le recul ne s'observe que pour les PFT (-1,6 %), les PGC progressent de 2,9 %.

RECLUT DES QUANTITÉS ACHETÉES DE PFT ET DE PGC EN P4 2026

Plus précisément, la quasi-totalité des catégories de PFT voient leurs volumes achetés chuter, à l'exception de la charcuterie (+4,3 % vs. P4 2025).

Le rayon poissonnerie enregistre le repli le plus important (-8,9 % en un an), suivi par les fromages, les produits traiteur et la viande.

LA CHARCUTERIE, UNIQUE RAYON PFT EN HAUSSE EN AVRIL 2026 (VS. P4 2025)

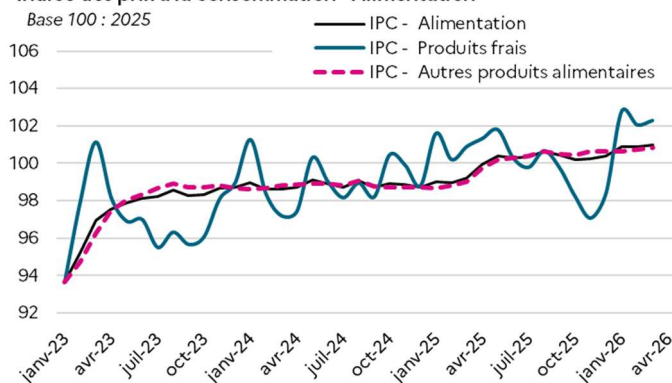
En avril, le rayon épicerie sucrée tire les quantités achetées de PGC à la baisse. Il représente à lui seul 27 % du volume total de PGC contre 3 % pour le traiteur libre-service. Hors épicerie sucrée, les quantités achetées de PGC ne reculent que de 0,1 % (vs. P4 2025).

En cumul 4P 2026, les quantités achetées de PFT progressent toutefois de 0,6 % vs. 2025 et de 6,3 % vs. 2019.

EN AVRIL 2026 (VS. P4 2025), LES RAYONS GRAND FROID ET TRAITEUR DE LA MER SONT DYNAMIQUES

Indices des prix à la consommation

Indice des prix à la consommation - Alimentation



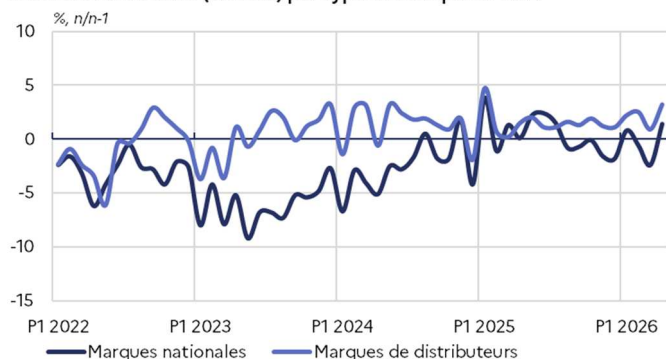
Source : Insee, traitement FranceAgriMer

En avril 2026, l'inflation alimentaire s'élève à 2,2 % par rapport à avril 2025.

Sur le début de 2026, cette hausse est plus marquée pour les produits alimentaires frais, dont l'IPC progresse de 0,2 % en un mois et de 1,2 % en un an. Cette hausse des prix des produits frais est concordante avec le recul des achats de PFT.

+ 2,2 % D'INFLATION ALIMENTAIRE EN AVRIL 2026 (VS. AVRIL 2025)

Évolution des ventes (volume) par type de marque en GSA



Source : Circana, traitement FranceAgriMer

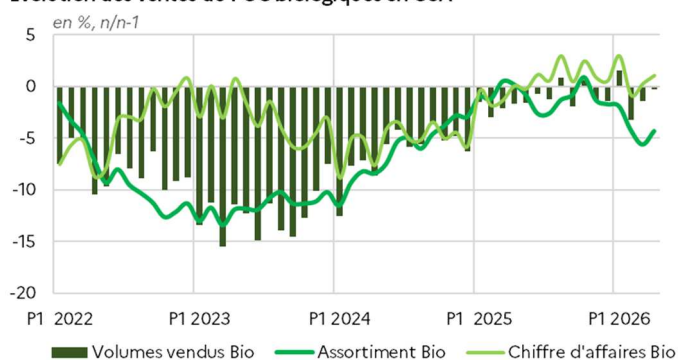
L'évolution des volumes vendus par marque depuis le début de l'année montre une forte progression des marques de distributeurs (+ 2,2 % en moyenne sur les 4 premiers mois de l'année), tandis que les marques nationales reculent légèrement (- 0,2 %).

Le mois d'avril montre à nouveau un « effet mix » négatif (- 0,3 %) comme pendant la période de forte inflation, autrement dit un début de descente en gamme probablement lié au contexte économique actuel (notamment hausse des prix du carburant).

+ 2,2 % POUR LES MDD EN VOLUME

Les produits « bio » en GSA

Évolution des ventes de PGC biologiques en GSA



Source : Circana, traitement FranceAgriMer

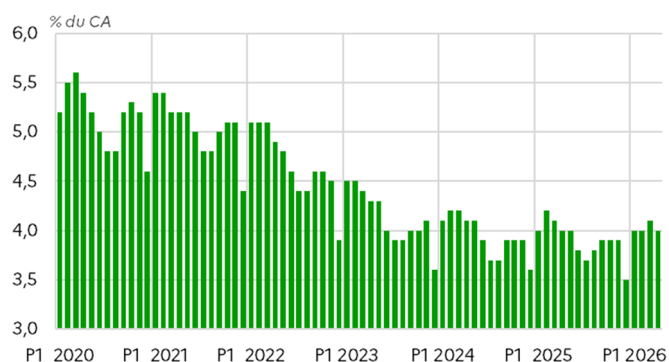
Depuis 2025, le secteur bio se porte un peu mieux en GSA. Le chiffre d'affaires augmente globalement chaque mois depuis juin 2025. En avril 2026, il a progressé de 1,1 %.

Toutefois, le nombre de références en magasins continue de diminuer (- 4,3 % en avril) et les ventes évoluent de façon erratique (+ 1,6 % en janvier ; - 0,3 % en avril).

Cela témoigne de la fragilité persistante du rayon bio en circuits généralistes.

LE RAYON BIO EN GSA RESTE FRAGILE

Part de marché du bio des PGC, circuits GSA

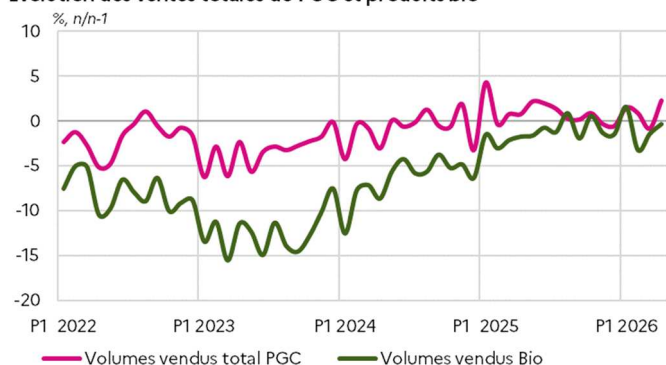


Source : Circana, traitement FranceAgriMer

Dans ce contexte de baisse de l'assortiment et des ventes en volume de produits bio en GSA (hors circuits spécialisés et magasins bio), la part de marché du bio a fortement reculé. Alors qu'elle représentait 5 % du chiffre d'affaires des PGC FLS en 2020 et 2021, elle est passée sous les 4 % en moyenne annuelle depuis 2024.

EN 2026, LA BIO REPRÉSENTE 4 % DU CA DES PGC FLS EN GRANDE DISTRIBUTION

Évolution des ventes totales de PGC et produits bio



Source : Circana, traitement FranceAgriMer

La comparaison des évolutions des ventes totales de PGC et de celles de produits bio montre que ces derniers ont davantage souffert de la période inflationniste : - 12 % en moyenne en 2023 (- 3 % pour l'ensemble des PGC).

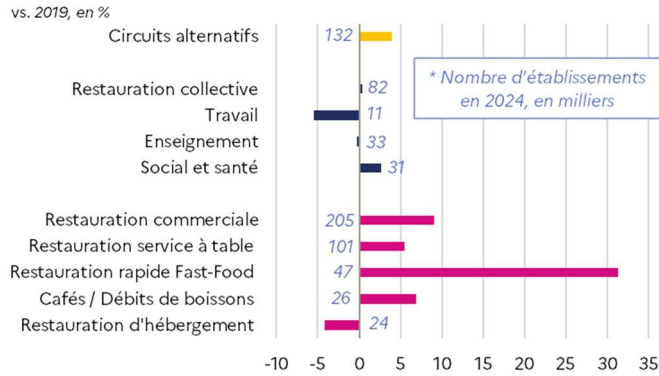
Cet écart s'atténue nettement depuis mi 2025. En cumul à fin avril 2026, les ventes bio baissent de seulement 0,8 %, celles de l'ensemble des PGC progressent de 1 %.

DES ÉVOLUTIONS QUI SE RESSERRENT

Les résultats présentés proviennent de l'étude sur la consommation hors domicile (CHD) multi-filières, réalisée par Gira FoodService pour FranceAgriMer. Ces données sont des estimations et sont à retrouver [via ce lien](#).

Les circuits alternatifs sont composés des boulangeries/pâtisseries, des stations-service, presse-tabac, etc.

Évolution du nombre d'établissements en 2024



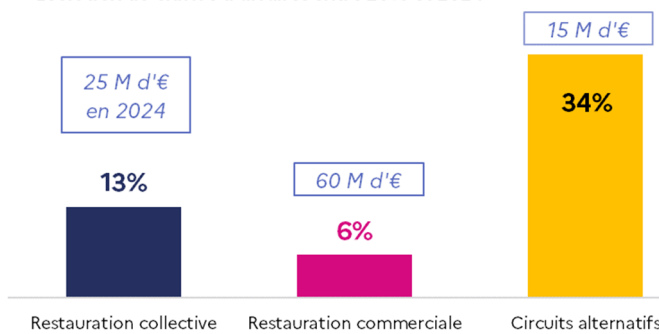
Source : Gira FoodService/Circana pour FranceAgriMer, 2026

En 2024, l'univers de la CHD en France est constitué, en estimation, de plus de 418 000 établissements. La restauration commerciale en représente le plus grand nombre, en croissance de près de 9 % par rapport à 2019, portée notamment par la restauration rapide (+ 31 %).

La restauration collective compte environ 82 000 établissements, principalement dans l'enseignement et le social/santé (+ 3 %).

EN 6 ANS, LE NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS DE RESTAURATION COMMERCIALE AUGMENTE DE 9 %

Évolution du chiffre d'affaires entre 2019 et 2024



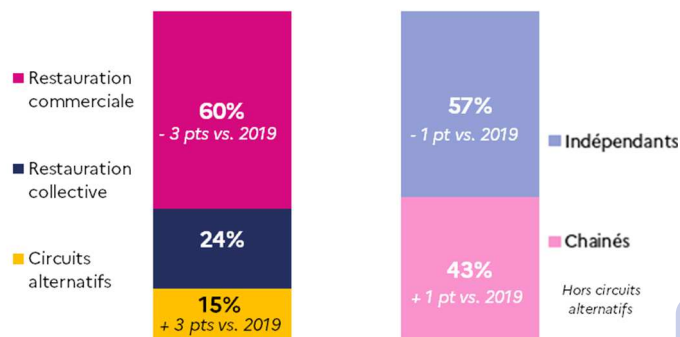
Source : Gira FoodService/Circana pour FranceAgriMer, 2026

En 2024, le chiffre d'affaires de la CHD est estimé à 100 milliards d'euros. Les circuits alternatifs enregistrent une hausse importante : + 41 % pour les boulangeries-pâtisseries, avec un CA de 6,6 milliards d'euros.

Le chiffre d'affaires réalisé en restauration collective progresse grâce à l'ensemble des secteurs, sauf celui du travail. Son CA recule de 5 %, probablement lié aux effets du télé-travail, et s'établit à 4,6 milliards d'euros.

LE DYNAMISME DES BOULANGERIES CONTRASTE AVEC LE RECU DES RESTAURANTS D'ENTREPRISE

Répartition du chiffre d'affaires en 2024 et évolution de la part en point



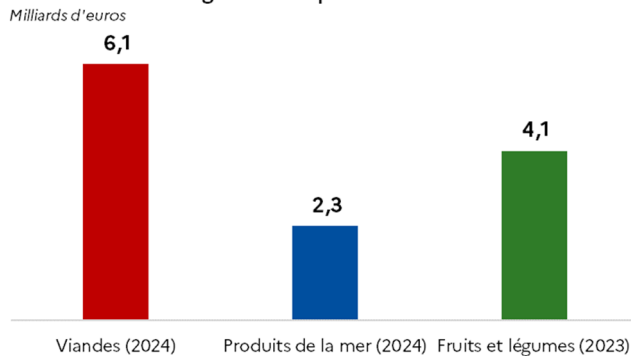
Source : Gira FoodService/Circana pour FranceAgriMer, 2026

En 2024, plus de la moitié du CA de la CHD provient de la restauration commerciale, malgré un recul de 3 points de la part vs. 2019, au profit des circuits alternatifs.

La CHD compte principalement des établissements indépendants, surtout en restauration collective, même si les chaînés gagnent du terrain en restauration commerciale. Les chaînés représentent 84 % du CA de la restauration rapide, contre seulement 22 % de la restauration traditionnelle.

LES INDÉPENDANTS DOMINENT LE MARCHÉ, MAIS LA PART DES CHAÎNÉS PROGRESSE

Chiffre d'affaires des grossistes auprès des restaurateurs



Source : Gira FoodService/Circana pour FranceAgriMer, 2026

En 2024, les approvisionnements des restaurants en viandes sont estimés à 6,1 milliards d'euros soit 18 % de plus vs. 2022. Le bœuf représente 40 % du CA des grossistes sur le total viandes, les volailles 25 % et la charcuterie de porc 14 %.

Les approvisionnements en produits de la mer sont estimés à 2,3 milliards d'euros, en recul de 3 % vs. 2023. Ils sont composés pour plus de la moitié par des ventes de poissons.

En 2023, le CA des fruits et légumes est estimé à 4,1 milliards d'euros. Les légumes frais représentent 25 %, les fruits frais et les pommes de terre surgelées, chacun 14 %.

ENTRE 2023 ET 2024, LE CA ESTIMÉ DES VENTES DE VIANDES PROGRESSE ALORS QUE CELUI DES PRODUITS DE LA MER RECULE