RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

FranceAgriMer
ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

LES DONNÉES

Consommation de produits laitiers

2025

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

FranceAgriMer

La consommation de produits laitiers en 2025

Sommaire

Note méthodologique **5**

I- INDICES ANNUELS DES PRIX À LA CONSOMMATION (IPC) **9**

II- ACHATS DES MÉNAGES POUR LEUR CONSOMMATION **11**

1. Analyse du marché **11**
1.1. Analyse du marché français en 2025 11
1.2. Les produits protéinés : un segment en plein essor 15
1.3. Analyse du marché allemand des fromages 18

2. Tendances du marché français depuis 2018 ..... **21**
2.1. Évolution par type de produit 24
2.1.1. Le lait conditionné 25
2.1.2. La crème conditionnée 26
2.1.3. Les matières grasses solides 27
2.1.4. Les produits ultra-frais 28
2.1.5. Les fromages 29
2.2. Évolution par produit en valeur 30
2.3. Évolution par produit en volume 32
2.4. Évolution par produit du prix moyen 34
2.5. Évolution par produit du taux de pénétration 36
2.6. Évolution par circuit de distribution 38
2.6.1. Le lait conditionné 38
2.6.2. La crème conditionnée 39
2.6.3. Les matières grasses solides 40
2.6.4. Les produits ultra-frais 41
2.6.5. Les fromages 42
2.7. Évolution dans le circuit des fromageries 43

3. Structure du marché français en 2025 ..... **45**
3.1. Données quantitatives par type de produit 45
3.1.1. Le lait conditionné 45
3.1.2. La crème conditionnée 46
3.1.3. Les matières grasses solides 47
3.1.4. Les produits ultra-frais 48
3.1.5. Les fromages 49
3.2. Parts des circuits de distribution 51
3.2.1. Répartition des quantités achetées par circuit de distribution 51
3.2.2. Répartition des sommes dépensées par circuit de distribution 52
3.2.3. Les prix moyens d'achat selon les circuits de distribution 53
3.3. Données sociodémographiques 54
3.3.1. Répartition des achats en volume selon les régions 54
3.3.2. Répartition des achats en volume selon la classe de revenu et l'âge de la personne responsable des achats 55
3.3.3. Répartition des achats en volume selon le cycle de vie 56
3.3.4. Données sociodémographiques par type de produits 57

4. Focus par produit 67

Le lait conditionné 67
Lait conditionné de vache 68
Lait conditionné de chèvre 69
Lait biologique 70
Lait frais et fermenté 71
Lait standard longue conservation 72
Lait spécifique longue conservation 73
La crème conditionnée 74
Crème biologique 75
Crème fraîche 76
Crème UHT longue conservation 77
Crème aérosol 78
Les matières grasses solides 79
Margarine 80
Matières grasses allégées 81
Beurre 82
Beurre biologique 83
Les produits ultra-frais 84
Yaourt au lait de brebis 85
Yaourt au lait de chèvre 86
Yaourt au lait de vache 87
Yaourt biologique 88
Fromage frais au lait de brebis 89
Fromage frais au lait de chèvre 90
Fromage frais au lait de vache 91
Fromage frais biologique 92
Dessert frais biologique 93
Dessert frais non biologique 94
Les fromages 95
Fromages AOP 96
Camembert 97
Coulommiers 98
Emmental 99
Comté 100
Raclette 101
Fourme d'Ambert 102
Mozzarella 103
Fromages fondus de vache 104
Fromages de brebis AOP 105
Fromages de brebis à pâte molle 106
Ossau-Iraty 107
Autres PPNC Pyrénées de brebis 108
Roquefort 109
Fêta et assimilés 110
Fromages de chèvre AOP 111
Fromages de chèvre frais 112
Bûchette de chèvre affinée 113

Note méthodologique

Achats des ménages pour leur consommation à domicile en France

FranceAgriMer suit les achats de produits laitiers des ménages ordinaires métropolitains pour leur consommation à domicile : lait conditionné, crème conditionnée, matières grasses solides, produits ultra-frais et fromages. Ces données sont fournies par le panel consommateur **Worldpanel by Numerator (anciennement Kantar Worldpanel)**.

Ce panel consommateur est caractérisé par :

- un échantillon représentatif de la population française (selon les critères sociodémographiques de l'Insee), constitué de 20 000 ménages pour les achats de produits laitiers et matières grasses solides avec code barre poids fixe. Seulement 12 000 d'entre eux déclarent, en plus, les achats de produits laitiers et matières grasses solides sans code barre ;
- un mode déclaratif : les ménages déclarent chaque semaine leurs achats pour leur consommation ordinaire à domicile, notamment des informations sur les lieux d'achat :
    - soit en circuits dit « généralistes ». Cet agrégat regroupe les hypermarchés, les supermarchés, les superettes, les enseignes à dominante marque propre (EDMP, anciennement hard discount) et le e-commerce (dont le drive) ;
    - soit en circuits spécialisés. Cet agrégat comprend les fromageries, les grandes surfaces « frais » (enseignes ne commercialisant que des produits alimentaires), les magasins bio, les marchés et foires et les circuits de vente directe.

Les précisions statistiques suivantes sont nécessaires à l'interprétation des données du panel :

✓ **Significativité des variables** :

Le niveau de significativité des 20 000 ménages (et donc des produits avec code barre) est de 0,3 % de pénétration ; à partir de ces niveaux, Worldpanel by Numerator peut lire les quantités, dépenses, prix moyens. Pour l'analyse des profils d'acheteurs, un taux de pénétration de 1,2 % à 3,0 % (selon le nombre de modalités des profils) sur la ligne étudiée est nécessaire.

Le niveau de significativité pour 12 000 ménages (et donc des produits sans code barre) est de 0,5 % de pénétration ; à partir de ces niveaux, Worldpanel by Numerator peut lire les quantités, dépenses, prix moyens. Pour l'analyse des profils d'acheteurs, un taux de pénétration de 2,0 à 5,0 % (selon le nombre de modalités des profils) sur la ligne étudiée est nécessaire.

✓ **Taux de couverture** :

De par son fonctionnement sur une base déclarative à partir d'un échantillon de ménages volontaires ne déclarant que leurs achats pour une consommation à leur domicile, le panel Worldpanel by Numerator ne mesure pas l'exhaustivité des achats de produits laitiers par la totalité des ménages français. Le taux de couverture du panel est estimé à **92 %** environ pour l'ensemble des produits laitiers destinés à la consommation à domicile principal.

✓ **Unités de mesure des principaux indicateurs** :

- Volume : les quantités achetées sont exprimées en millier de litres ou en tonne de poids net ;
- Valeur : les sommes dépensées sont exprimées en euro ;
- Prix : euro courant par litre ou par kilogramme.
- Taux de pénétration : en pourcentage. Ce taux est défini comme le pourcentage de répondants ayant acheté le produit au moins une fois sur la période considérée.

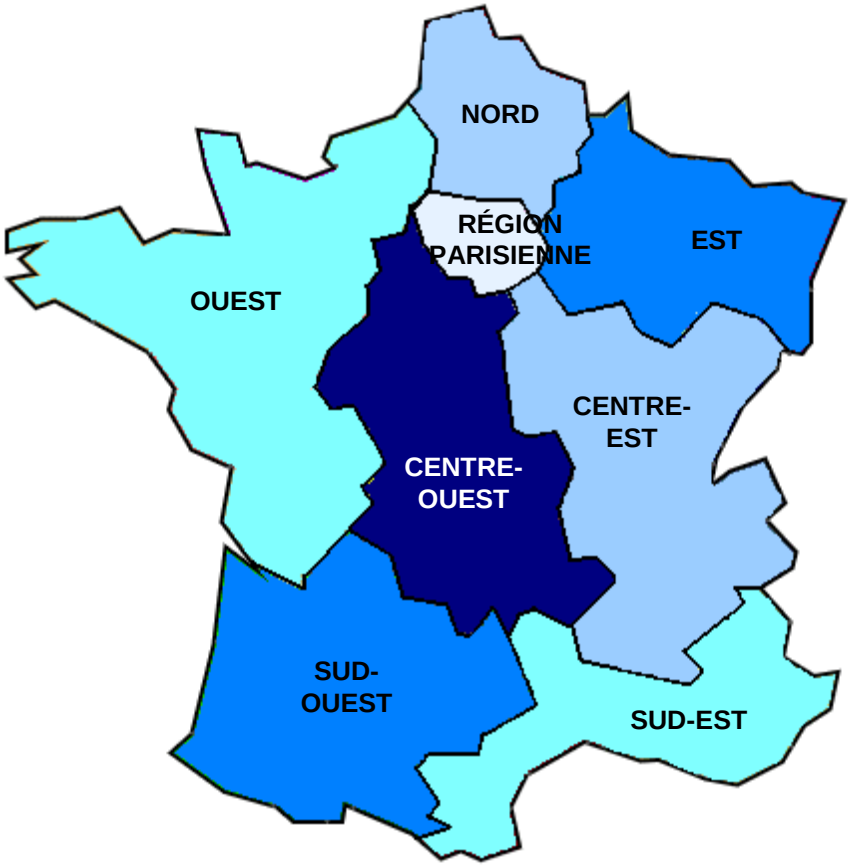
✓ **Autres indicateurs pouvant être utilisés dans l'analyse :**

- La fréquence d'achat : nombre d'actes d'achat par acheteur pour le produit considéré au cours de la période étudiée.
- Le nombre d'actes d'achat : nombre d'actes d'achat extrapolé à la population française.
- Le nombre d'articles : nombre d'articles achetés, extrapolé à la population française.

- Le trafic : il correspond au nombre de fois où le produit est présent dans un panier au cours de la période étudiée. Il est le résultat de la multiplication de la fréquence d'achat par le taux de pénétration.
- Le taux de nourriture (volume) : pour les acheteurs d'un produit donné, part de ce produit (en volume) dans l'ensemble de leurs achats (en volume) dans le marché considéré. Ce taux est exprimé en pourcentage. Le taux de 1er réachat : Pourcentage des acheteurs du produit étudié l'ayant acheté au moins deux fois ou plus au cours de la période considérée.

✓ **Périmètre géographique** :
Les panels ne tiennent pas compte de la Corse et des départements d'Outre-Mer.

✓ **Régions du panel :**



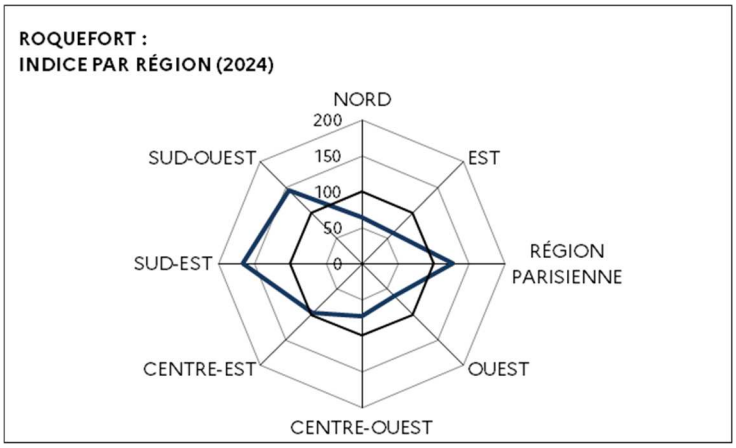
Focus par produit

En dernière partie du document, des fiches sur la consommation à domicile des produits les plus représentatifs du marché français sont proposées.

Dans cette partie, les données détaillées relatives aux produits sont comparées en indices à l'ensemble de la catégorie concernée.

Ces comparaisons sont présentées en quatre graphiques selon quatre dimensions : (1) par région, (2) par classe de revenu, (3) par âge de l'acheteur, (4) par présence d'enfants dans le ménage.

Pour chacune de ces dimensions (exemple : région), on compare la part de chaque catégorie (exemple : région Sud-Est) pour le produit étudié à la part de chaque catégorie pour le total de la famille de produit.



Cette famille de produit de référence (filière ou sous-filière) est précisée à la première ligne du tableau figurant au début du focus.

À titre d'illustration, les achats par les ménages de Roquefort par rapport à l'ensemble des fromages achetés pour chacune des 8 régions de Worldpanel by Numerator sont matérialisés par la formule suivante :

$$Indice = \frac{Proportion\ \boldsymbol{au\ niveau\ régional}\ des\ achats\ de\ Roquefort\ dans\ les\ achats\ totaux\ de\ fromages}{Proportion\ \boldsymbol{au\ niveau\ national}\ des\ achats\ de\ Roquefort\ dans\ les\ achats\ totaux\ de\ fromages}(100)$$

La consommation moyenne nationale de Roquefort constitue la base 100. La part des achats dédiés au Roquefort est plus forte dans le Sud-Est qu'en moyenne au niveau national. À l'inverse, dans la région Centre-Est, la place du Roquefort dans les achats de fromages est similaire à la moyenne nationale.

Ruptures de séries

Un changement d'outil et de méthode d'extrapolation a entrainé une rupture dans les séries présentées dans ce bilan consommation, entre 2018 et 2019. Les évolutions entre 2018 et 2019 sont donc à prendre avec précaution. Par ailleurs, pour l'ensemble des produits laitiers biologiques, ce changement a entrainé une réévaluation à la hausse des quantités achetées. Il paraît donc important de regarder l'évolution des tendances plutôt qu'un chiffre en particulier pour un produit.

La rupture de série est indiquée dans les tableaux de ce bilan par une double barre, ainsi que sur les graphiques par un changement de motif.

I. INDICES ANNUELS DES PRIX À LA CONSOMMATION (IPC)

En 2025, l'indice général des prix à la consommation a augmenté de moins de 1 %, soit le taux de hausse le plus faible des cinq dernières années. Si l'indice des prix du lait demi-écrémé ou écrémé affichait une évolution similaire à celle de l'indice général, pour les autres produits, l'augmentation a été moins forte (voir tableau 1 ci-dessous). L'indice de prix à la consommation des yaourts et celui des fromages et laits caillés ont même reflué, entre 2024 et 2025. Seul le beurre se détachait des autres produits laitiers, progressant nettement, de 2,8 % sur un an. Ce produit est également celui ayant le plus augmenté depuis 2015[1].

Tableau 1 - Indices annuels des prix à la consommation (IPC)

	INDICE GÉNÉRAL DES PRIX À LA CONSOMMATION	Lait demi-écrémé ou écrémé	Crème	Yaourts	Desserts lactés	Fromages et laits caillés	Beurre
2000	79,9	76,4	87,2	94,6	101,5	82,8	82,7
2001	81,2	80,4	90,9	99,6	106,7	87,0	86,7
2002	82,8	82,1	93,1	101,7	109,2	89,1	88,2
2003	84,5	82,8	95,4	103,1	110,3	91,1	90,3
2004	86,3	82,9	96,0	103,1	108,7	91,6	90,3
2005	87,9	81,9	96,2	100,4	104,1	91,1	89,9
2006	89,3	82,2	93,4	99,6	105,1	91,2	89,6
2007	90,7	84,2	92,6	98,4	103,7	91,5	90,5
2008	93,2	96,1	103,9	106,4	109,7	99,5	99,9
2009	93,3	94,1	102,1	103,8	105,2	98,5	94,6
2010	94,7	91,6	101,5	101,0	104,1	97,4	94,2
2011	96,7	95,9	103,2	102,3	106,3	99,6	98,5
2012	98,6	97,6	105,3	103,9	107,9	100,3	99,3
2013	99,5	98,4	103,6	101,0	105,6	99,5	98,4
2014	100,0	99,6	103,2	101,2	103,0	101,2	99,5
2015	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2016	100,2	101,8	99,6	97,7	99,1	98,4	100,5
2017	101,2	103,0	100,1	98,1	99,0	98,3	105,3
2018	103,1	105,1	104,2	99,9	99,1	100,5	119,7
2019	104,2	106,4	108,2	102,6	100,3	103,3	129,0
2020	104,7	107,3	108,8	102,8	100,1	103,5	129,0
2021	106,5	107,8	108,8	102,1	99,8	103,9	128,5
2022	112,0	116,4	117,5	109,4	107,9	112,3	142,9
2023	117,5	137,1	140,3	127,7	128,7	129,6	167,5
2024	119,8	140,2	143,4	129,0	128,4	131,1	171,2
2025	**121,0**	**141,4**	**143,7**	**128,2**	**128,8**	**130,8**	**175,9**
% 25/24	**0,9**	**0,9**	**0,2**	**- 0,7**	**0,3**	**- 0,3**	**2,8**

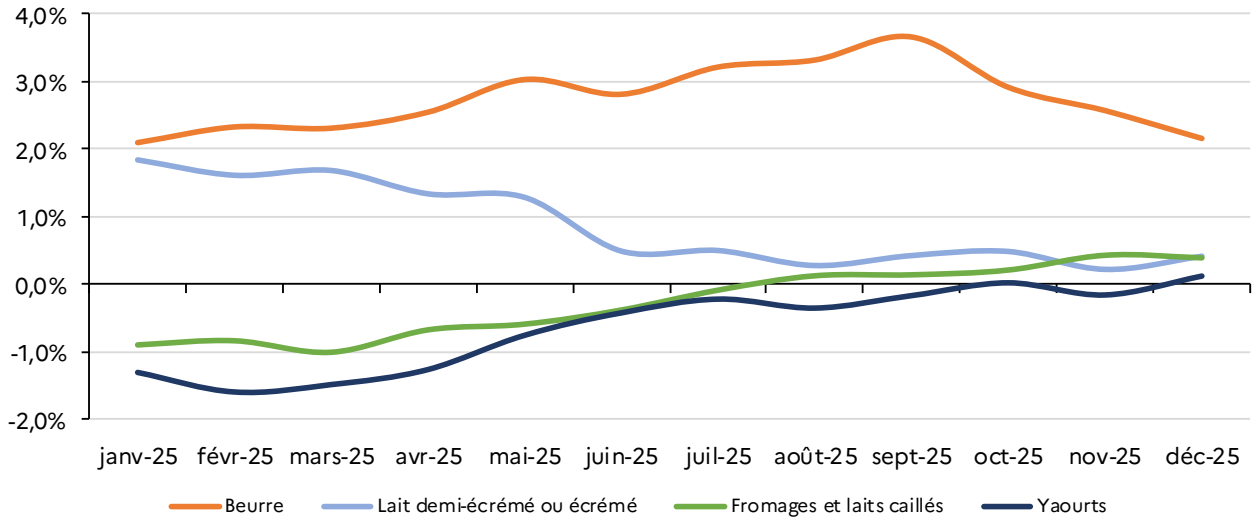
Source : Insee

L'analyse des évolutions mensuelles des indices indique, pour certains produits, un changement de tendance au cours de l'année 2025 (voir figure 1). Les indices « fromages et laits caillés » et « yaourts » ont connu une trajectoire similaire : l'évolution annuelle, en repli, n'est due qu'au premier semestre de l'année. En effet, au cours des six premiers mois, en moyenne, l'IPC « yaourt » avait reflué de 1,1 % et celui des « fromages et laits caillés » de 0,7 %, par rapport au premier semestre 2024. Au second semestre, ces deux indices ont été quasiment stables (- 0,1 % et + 0,2 % respectivement, par rapport à la même période en 2024). Le lait écrémé a été en hausse de 1,4 % au premier semestre puis la

[1] Insee – Indice annuel des prix à la consommation – Base 2015 – Ensemble des ménages – France – Ensemble (séries arrêtées). Ces indices ont été rebasés en 2026 (base 100 en 2025). L'édition 2027 de ce rapport tiendra compte de ce changement.

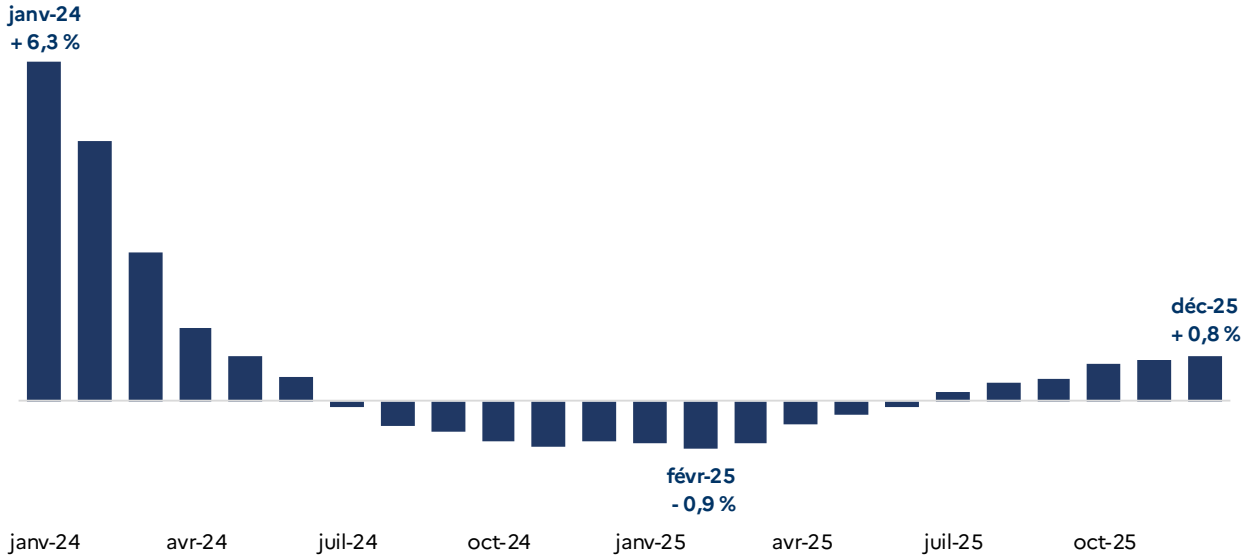
tendance a été plus ténue au second semestre (+ 0,4 %). En revanche, l'augmentation de l'IPC « beurre » a été importante sur l'ensemble de l'année, avec toutefois une évolution légèrement plus forte au cours du second semestre (+ 2,5 % au premier semestre, puis + 3,0 % au second semestre), avec un pic en septembre 2025 (voir ci-dessous), avant de s'infléchir. L'indice de prix à la production du beurre conditionné[2], publié par l'Insee, avait connu également un pic entre juillet et septembre 2025, suivi d'une tendance baissière. De manière plus globale, sous l'effet de l'accroissement des productions mondiales de lait de vache, les cours mondiaux du beurre s'étaient affaiblis en fin d'année 2025, affectant les prix du lait.

Figure 1 - Évolution mensuelle comparée des IPC de quatre produits laitiers en 2025 (mois m comparé à mois m de 2024)



Source : FranceAgriMer d'après Insee

Figure 2 - Évolution mensuelle de l'IPC « Lait, fromages et œufs » (mois m comparé à mois m de n-1)



Source : FranceAgriMer d'après Insee

[2] Insee – Indice de prix de production de l'industrie française pour le marché français – Beurre conditionné - Prix de marché – Base 2021 – Données mensuelles brutes.

II. ACHATS DES MÉNAGES POUR LEUR CONSOMMATION À DOMICILE

1. ANALYSE DU MARCHÉ

1.1. ANALYSE DU MARCHÉ FRANÇAIS EN 2025

Le lait conditionné

Les quantités achetées par les ménages français de **lait conditionné** ont diminué de 2,1 % en 2025, par rapport à 2024. Le total des volumes est ainsi passé sous le seuil des 2 milliards de litres, dans la suite d'une tendance longue de déconsommation. Seuls trois segments ont été en croissance en 2025 : le lait de chèvre, le lait écrémé et les laits spécifiques (boissons lactées aromatisées, lait croissance, vitaminé, délactosé, enrichi…). Pour les deux premiers, malgré ce rebond en 2025, les volumes sont restés sous leurs niveaux de 2023. Pour les laits spécifiques, les volumes achetés en 2025 ont été supérieurs à ceux de 2023, mais aussi près de 30 % supérieurs à leur niveau de 2020. Cette année fut pourtant marquée par des hausses généralisées des achats pour la consommation à domicile, dont ceux de laits spécifiques ; dans un contexte particulier, ces références avaient pu être choisies « par défaut » en raison de rupture sur les produits achetés habituellement.

L'ensemble des **laits spécifiques** est ainsi mieux orienté et profite d'une dynamique porteuse. Les quantités achetées ont bondi de 10 % en 2025, atteignant plus de 32 millions de litres. Cette croissance a été portée, en volume, en premier lieu par les références vitaminées (+ 16,2 %/2024), puis par les laits délactosés (+ 13,5 %). Ce sont les deux produits phares de ce segment : le lait vitaminé pesait pour 48 % des volumes de la catégorie en 2025, et le lait délactosé en représentait 35 %. Avec des quantités achetées encore marginales face au lait standard, l'ensemble des laits spécifiques touche aussi moins de consommateurs. En effet, alors que le taux de pénétration du lait, tous segments confondus, était de 96,4 %. Il tombait à 49,0 % pour les laits spécifiques. Un niveau toutefois en progression sur un an (+ 1 point). En particulier pour les laits vitaminés qui touchaient 23,8 % des foyers en 2025, en hausse de 2,9 points sur un an. Le lait délactosé avait un taux de pénétration de 22,4 %, en légère progression, de 0,9 point sur un an. Ces produits ont été globalement plus plébiscités par les familles, et notamment les familles avec enfants mineurs, pour lesquels les taux de pénétration avoisinaient les 60 %, tandis qu'ils ne dépassaient pas les 50 % pour les autres catégories (couples sans enfants, célibataires).

Pour l'ensemble de la catégorie, le **prix du lait** acheté par les français a peu évolué entre 2024 et 2025, se stabilisant à 1,17 €/l, tous types de laits confondus. On observe toutefois une hausse de 3 centimes pour le lait frais et fermenté, à 1,62 €/l, tandis que les laits spécifiques ont retrouvé leur prix de 2023, à 1,43 €/l (- 3 ct/2024). Cette stabilité, de manière générale et outre les différences par produit, s'expliquait encore en 2025, au moins en partie, par la descente en gamme. En effet, pour le lait UHT demi-écrémé, qui représente l'essentiel des volumes achetés, les marques nationales ne représentaient plus que 33,6 % des achats, après un nouveau repli (- 1,6 point/2024). Ces volumes ont été entièrement récupérés par les marques de distributeurs, qui pesaient alors pour 58,9 % des quantités achetées de ce produit.

La crème conditionnée

L'année 2025 a marqué une rupture avec les deux années précédentes. Alors que les volumes de **crème conditionné** achetés avaient augmenté de 3,4 % en 2023 et de 1,0 % en 2024, ils se sont légèrement repliés en 2025 (- 0,4 %/2024). Les deux années précédentes, la tendance haussière était portée par les crèmes les moins grasses. En 2025, la baisse des achats de ces produits a pénalisé l'ensemble de la catégorie : ils ont en effet reculé de 1,1 %, tandis que les achats de crème à plus de 30 % de matière grasse se sont plutôt bien maintenus (+ 0,4 %). Les deux années passées, la tendance haussière était visible à la fois sur la crème fraîche et sur la crème longue conservation. Encore une fois, la tendance en 2025 a été en rupture puisque les crèmes longues conservation se sont maintenues (+ 0,3 %), tandis que les volumes de crème fraîche ont perdu 1,1 % sur un an. En parallèle, la crème biologique a affiché un recul de 8,5 % en un an. Cette nouvelle baisse porte à 46 % le recul des volumes de crème biologique achetés depuis 2021. Les achats de crème aérosol (type chantilly) ont quant à eux reculé de 1,5 % par rapport à 2024.

Le **prix de la crème** est resté identique à celui de 2025, à 4,51 €/kg. Le prix des crèmes les plus grasses a augmenté de seulement 1 centime en un an, pour s'établir à 5,20 €/kg, tandis que le prix des crèmes à moins de 30 % de matière grasse a reculé de 2 centimes par rapport à 2024 pour s'établir à 3,84 €/kg.

Les matières grasses solides

L'ensemble des achats de matières grasses solides, rassemblant le **beurre**, la margarine et les matières grasses allégées (MGA, dont beurre léger et allégé[3]), a reculé de 3,3 % en 2025, par rapport à 2024. Les quantités de beurre achetées ont connu une baisse moins forte (- 1,7 %) que celle des deux autres produits : la margarine a perdu 4,5 % de ses volumes et les achats de MGA se sont réduits de 6,0 %. Ceci est dû, au moins en partie, d'après Worldpanel by Numerator, à un retour d'une partie des volumes achetés de MGA vers le beurre. En effet, au plus fort de l'inflation, en 2022 et 2023, des volumes avaient été perdu par le beurre au profit des MGA. En 2025, les achats de MGA se situaient à un niveau intermédiaire entre celui de 2022 et celui de 2023.

Les achats de **beurre doux en plaquette de 250 g** ont diminué de 5,6 % entre 2024 et 2025. Ainsi, ce produit ne représentait plus que 29,1 % des achats de beurre en 2025 (- 2,7 points par rapport à 2021). D'après Worldpanel by Numerator pour FranceAgriMer, le beurre moulé était le format qui tirait le mieux son épingle du jeu en 2025, malgré un positionnement prix plus élevé. Les conditionnements de moins de 250 g semblaient eux aussi bien orientés. À l'inverse, d'autres formats ont été moins dynamiques en 2025, dont la motte ou le rouleau.

Le **prix du beurre** (tous segments confondus) a augmenté de 3,5 % par rapport à 2024, pour s'établir à 10,74 €/kg. La hausse du prix du beurre plaquette 250 g a été légèrement plus forte (+ 5,8 %). À l'inverse, la tendance a plutôt été baissière pour la margarine, et en très léger repli pour les MGA.

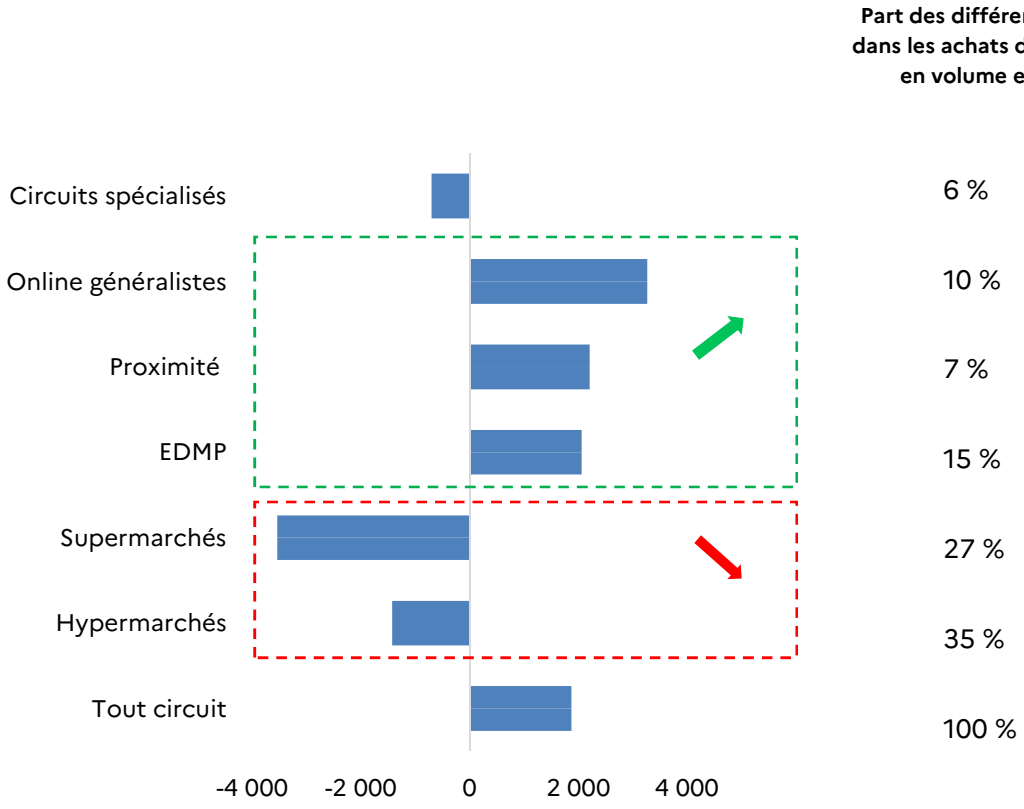
[3] Le beurre léger contient 39 à 41 % de matières grasses, tandis que le beurre allégé en contient 60 à 62 %. Le beurre classique contient 80 % à 82 % de matières grasses.

Les fromages

Après une progression de 1,1 % en volume, en 2024, les achats de fromages par les ménages français sont restés globalement stables en 2025 (+ 0,2 % en volume). Dans le même temps, les dépenses ont continué d'augmenter (+ 1,1 %), principalement sous l'effet de la hausse du prix moyen, qui s'est établi à 11,85 €/kg (+ 1,2 % par rapport à 2024).

Néanmoins, les ménages ont fait évoluer leurs comportements d'achat. En 2025, à chaque visite en magasin, ils ont acheté des quantités plus faibles qu'en 2024 (- 0,7 % par acte d'achat), mais ils se sont rendus plus souvent en magasin (49 actes d'achat/an). Cette légère hausse de la fréquence d'achat (+ 0,4 % par rapport à 2024), atteignant son niveau le plus élevé depuis 2022, a compensé la baisse des quantités achetées à chaque visite et a contribué au maintien des volumes sur l'ensemble de l'année. Les circuits de distribution fréquentés par les consommateurs ont reflété également l'évolution de leurs comportements (voir figure 3). Les hypermarchés et les supermarchés, qui concentraient 62 % des achats de fromage en 2025, ont enregistré une baisse des achats (- 0,9 %), en raison d'une réduction du nombre d'acheteurs. À l'inverse, les EDMP[4], les commerces de proximité ainsi que les achats en ligne ont poursuivi leur développement, traduisant une recherche croissante de praticité.

Figure 3 : Variation en volume (tonnes) des achats de fromages (2025 *vs* 2024)



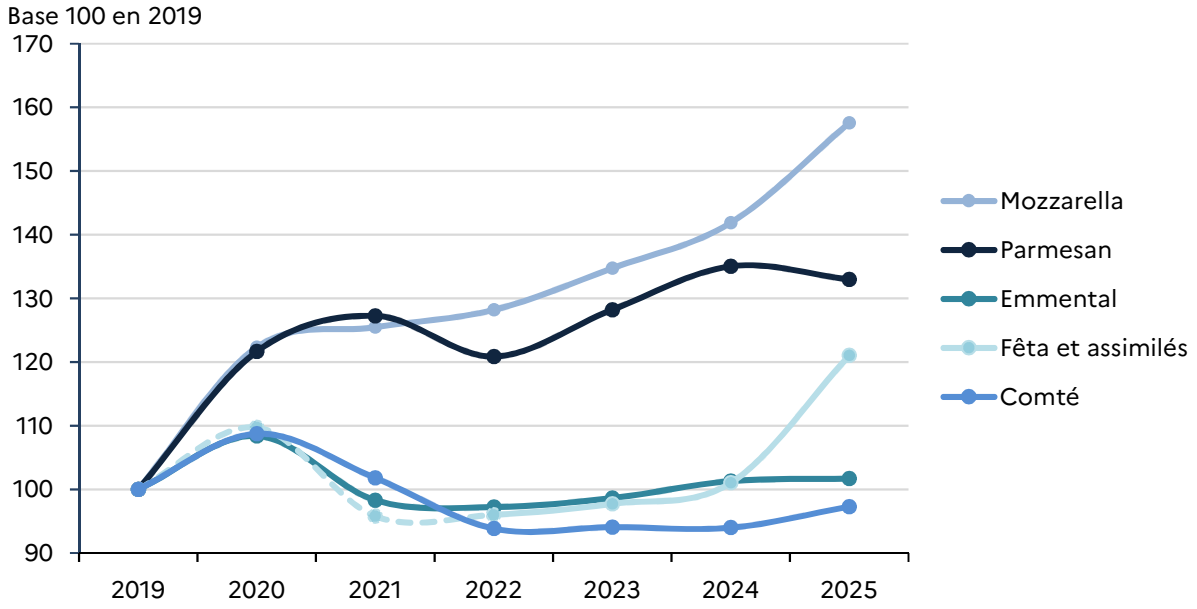
Source : FranceAgriMer d'après Wordpanel by Numerator

Par ailleurs, les achats de fromage ont évolué différemment selon les types de lait et les types de pâte : les fromages au lait de vache, qui représentaient 88,6 % des volumes achetés en 2025, sont

[4] Enseignes à Dominante Marques Propres

restés globalement stables (- 0,1 %), avec des évolutions contrastées selon les types de pâte. Les achats de fromages à pâte molle ont reculé pour la deuxième année consécutive (- 4,0 % en 2025). Les achats de fromages à pâte pressée non cuite (- 1,6 %) et de fromages à pâte persillée (- 3,9 %) ont, eux aussi, diminué. À l'inverse, les fromages à pâte pressée cuite ont légèrement progressé (+ 0,6 %), grâce notamment à la bonne tenue du Comté (+ 3,5 %) et, dans une moindre mesure, de l'Emmental (+ 0,3 %). Les fromages à pâte fraîche ont enregistré la plus forte progression en 2025 (+ 7,6 %), grâce notamment à des achats de mozzarella particulièrement dynamiques (+ 11 % par rapport à 2024). Cette évolution s'inscrit dans une tendance de fond, portée par le développement des fromages incorporés dans les plats (pizzas, salades, plats cuisinés) plutôt que consommés à la fin du repas (voir figure 4).

Figure 4 : Évolution des achats de ménages en fromages pouvant être incorporés dans les plats



Source : FranceAgriMer d'après Wordpanel by Numerator

De leur côté, les achats de fromages au lait de brebis ont renoué avec la croissance en 2025 (+ 5,7 % *vs* 2024), après plusieurs années de recul depuis 2022. Cette reprise s'est accompagnée d'une baisse du prix moyen (- 0,8 %, pour atteindre 18,07 €/kg), une première après plusieurs années de hausse. Les performances ont toutefois varié selon les catégories. Les fromages à pâte fraîche ont enregistré une nette augmentation (+ 18,2 % en volume), portée principalement par la Fêta et les produits assimilés (+ 19,7 % en volume). Ces derniers ont bénéficié du prix moyen le plus faible de l'ensemble des fromages au lait de brebis (11,94 €/kg), et le seul à avoir diminué par rapport à 2024. Les achats de fromages à pâte molle au lait de brebis ont également progressé (+ 5,7 %), tout comme ceux de Roquefort (+ 0,7 %). À l'inverse, les achats d'Ossau-Iraty ont de nouveau reculé (- 5,8 %).

Enfin, les achats de fromages au lait de chèvre ont légèrement reculé en 2025 (- 0,5 % par rapport à 2024), sous l'effet d'une diminution du nombre d'acheteurs. Les volumes perdus ont été reportés vers les fromages au lait de vache et, dans une moindre mesure, vers les fromages au lait de brebis et vers les fromages mixtes. Par ailleurs, les achats de bûchettes de chèvre, qui représentent près de 60 % des quantités de fromages de chèvre achetées par les ménages, ont diminué de 2 %. Ce recul explique en grande partie la baisse observée sur l'ensemble du marché des fromages de chèvre.

Les produits ultra-frais

En 2025, les achats de produits ultra-frais pour la consommation à domicile ont poursuivi leur progression, avec une hausse des quantités achetées de 1,3 % par rapport à 2024. Cette dynamique de l'ensemble du rayon s'est reposée principalement sur la performance des yaourts (+ 2,6 %), en particulier des yaourts nature, dont les quantités achetées ont bondi de 7 % par rapport à 2024. Ces produits, dont le prix moyen (2,35 €/kg) est le moins élevé de l'ensemble des produits ultra-frais, ont recruté de nouveaux acheteurs en 2025. Leur taux de pénétration, en hausse de 1,7 point par rapport à 2024, s'est établi à 82,5 %. Les achats de yaourts non nature sont, en revanche, restés stables.

Par ailleurs, les achats de fromages frais ont légèrement progressé en volume (+ 0,6 %), tandis qu'ils ont diminué en valeur (- 0,9 %), du fait de la baisse du prix moyen au kilo (3,12 €/kg, - 1,6 % par rapport à 2024). De leur côté, les desserts frais représentent la seule grande famille du rayon ultra-frais à avoir enregistré un recul des volumes achetés en 2025 (- 0,9 %), et ce malgré une offre bio qui a mieux resisté, avec une légère progression des achats (+ 0,5 %), portée par des actes d'achat moins fréquents mais plus conséquents (+ 2,9 % par rapport à 2024).

L'année 2025 a également été marquée par une consommation particulièrement dynamique de produits ultra-frais de brebis (+ 15,3 % comparés à 2024) et de chèvre (+ 16,1 %). L'ensemble a renoué ainsi avec la croissance après quatre années consécutives de baisse. Les ménages s'étaient détournés de ces produits, les plus onéreux du marché.

1.2. LES PRODUITS PROTÉINÉS : UN SEGMENT EN PLEIN ESSOR

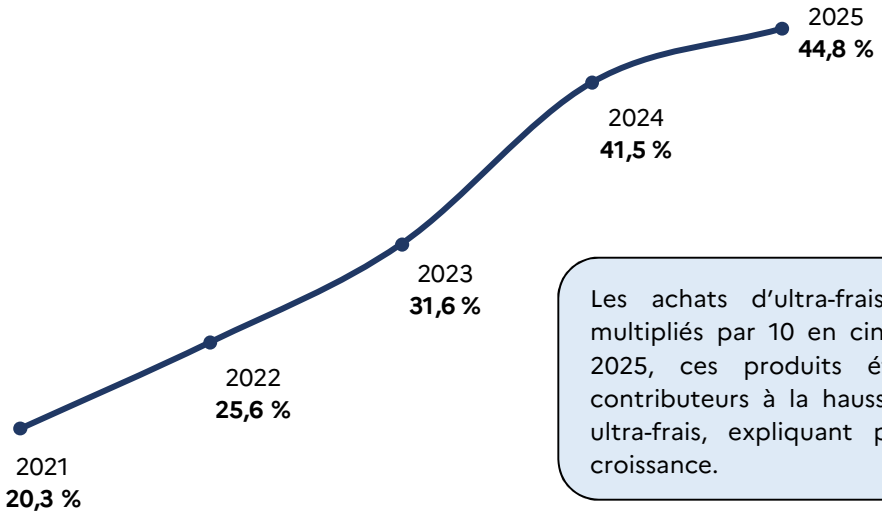
Depuis plusieurs années, les produits laitiers « protéinés », enrichis en protéines ou dont la teneur naturelle en protéines est mise en avant, sont de plus en plus populaires. Parmi les produits laitiers, le rayon ultra-frais est le plus diversifié en termes de références « protéinées », mais des produits sont également apparus au rayon fromages et plus récemment, du côté des boissons lactées.

Les données présentées dans cette partie sont issues d'une présentation de Worldpanel by Numerator pour le compte de FranceAgriMer. D'après ce panel consommateurs, parmi les mentions mises en avant sur les produits, la notion relative à « plus de protéines » fait partie de celles qui génèrent le plus d'évolution du trafic[5]. Plus largement, Worldpanel by Numerator inscrit les aliments protéinés au sein de la catégorie des aliments fonctionnels, un ensemble de produits dont la dynamique a été positive en 2025. Cet ensemble contient notamment, outre les produits ultra-frais protéinés, les laits vitaminés, le beurre de cacahuètes, les produits santés ou sport, le kombucha etc. Ces produits ont tous affiché une hausse du trafic au moins supérieure à 5 % en 2025, avec certains produits allant même jusqu'à 50 % d'évolution. Le trafic des ultra-frais protéinés a augmenté de 19,5 % en 2025, par rapport à 2024[6]. Le trafic des laits vitaminés a, quant à lui, augmenté de 27,5 % sur la même période.

[5] Le trafic correspond au nombre de fois que le produit est présent dans un panier sur la période étudiée. Il est le résultat de la multiplication de la fréquence d'achat par le taux de pénétration.
[6] Pour ces données de trafic des aliments fonctionnels, il s'agit du cumul annuel glissant, arrêté à la 8e période de chaque année.

Au sein de la catégorie des ultra-frais au sens large, les références protéinées affichaient les plus fortes évolutions du nombre d'articles achetés en 2024 (+ 60 %) et 2025 (+ 20 %), se positionnant ainsi loin devant les retours de tendances positives observées pour l'ultra-frais végétal (+ 11,4 % en 2025) et l'ultra-frais au lait de chèvre ou au lait de brebis (+ 5,1 % en 2025).

Figure 5 : Évolution du taux de pénétration des ultra-frais protéinés
Cumul annuel mobile



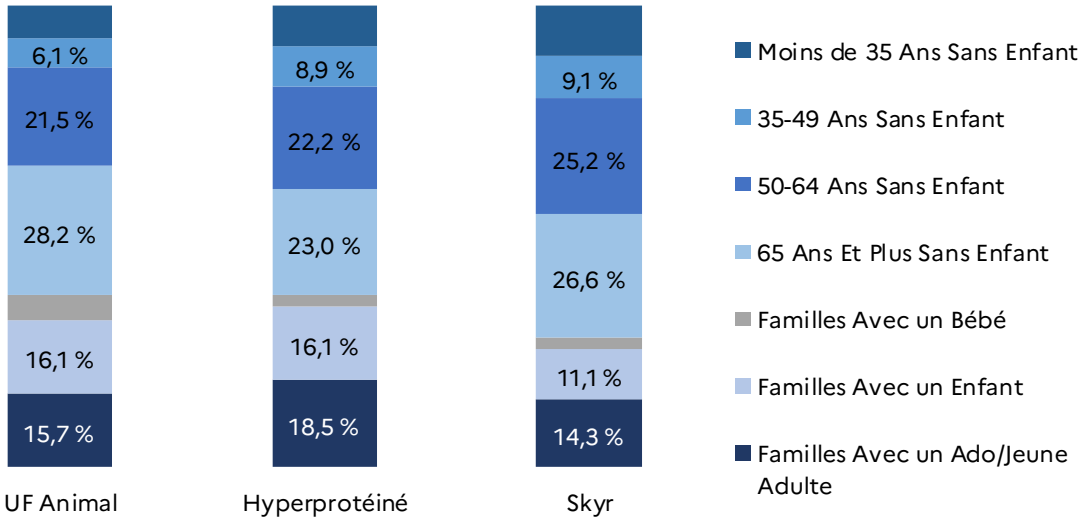
Les achats d'ultra-frais protéiné ont été multipliés par 10 en cinq ans seulement. En 2025, ces produits étaient les premiers contributeurs à la hausse de l'ensemble des ultra-frais, expliquant plus du tiers de la croissance.

Source : FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

Les offres protéinées captent aussi de plus en plus d'acheteurs, avec, en 2025, un taux de pénétration proche de 45 % des foyers. Ce niveau était ainsi similaire à ce qui est observé dans le cas des ultra-frais « bien-être » (produits à base bifidus, anticholestérol…), un segment déjà bien établi, depuis de nombreuses années. Outre des taux de pénétration similaires, le taux de réachat des ultra-frais protéinés atteignait 68 % des foyers français en 2025, soit légèrement moins que le taux de réachat des ultra-frais « bien-être », à 75 %. Par ailleurs, les ultra-frais protéinés restaient en deçà des produits laitiers « bien-être » en terme de fréquence d'achat (6,2 contre 7,9) et de quantités achetées par acte d'achat (0,8 kg contre 1,3 kg). Plus largement, les ultra-frais protéinés restaient aussi en deçà des taux de pénétration de l'univers protéiné au global (laitier et non laitier), pour lequel 75 % des foyers français avaient acheté au moins une fois un produit en 2025.

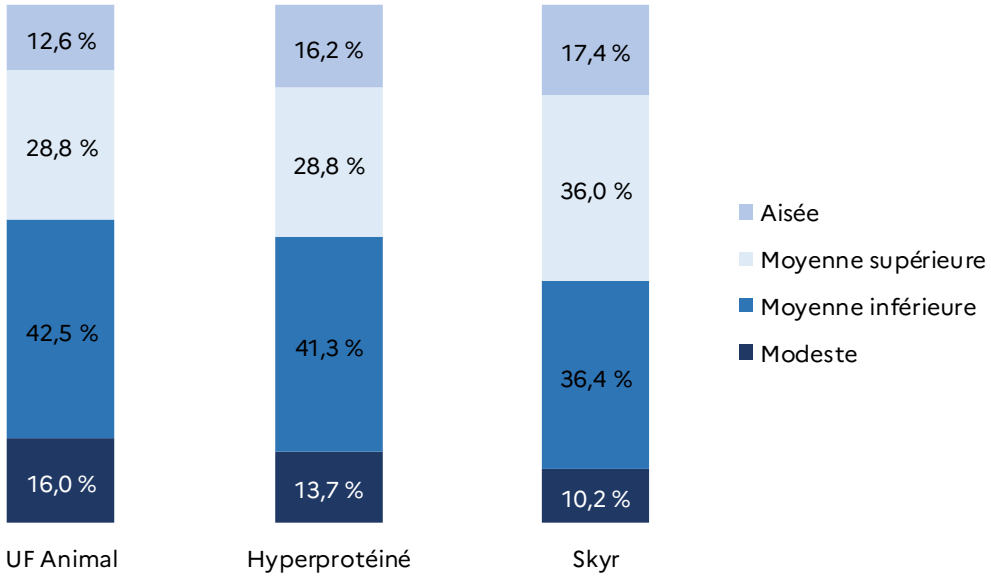
Si près d'un foyer sur deux a mis des ultra-frais protéinés dans son panier en 2025, le profil des acheteurs a été légèrement différent de celui des acheteurs d'ultra-frais tous types confondus. L'hyperprotéiné est moins consommé par les plus de 65 ans : la part de cette catégorie dans le total des achats était, pour les hyperprotéinés, inférieure de 5,2 points à leur part dans les achats totaux d'ultra-frais. Le skyr, quant à lui, était plus consommé par les foyers sans enfants, que les ultra-frais laitiers en général, sauf par les plus de 65 ans. Ces produits, hyperprotéinés comme skyrs, étaient par ailleurs plus consommés par les classes les plus aisées (aisée et moyenne supérieure) que le total des ultra-frais laitiers.

Figure 6 : Répartition des achats en volume en 2025 par cycle de consommateurs



UF Animal : ensemble des produits ultra-frais (yaourts, fromages blancs, petits-suisses, desserts frais…), tous laits confondus, tout type de produits ; Hyperprotéiné : produis ultra-frais mettant en avant une information sur la teneur en protéine sur l'emballage, hors skyrs.
Source : FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

Figure 7 : Répartition des achats en volume en 2025 par catégorie socio-économique

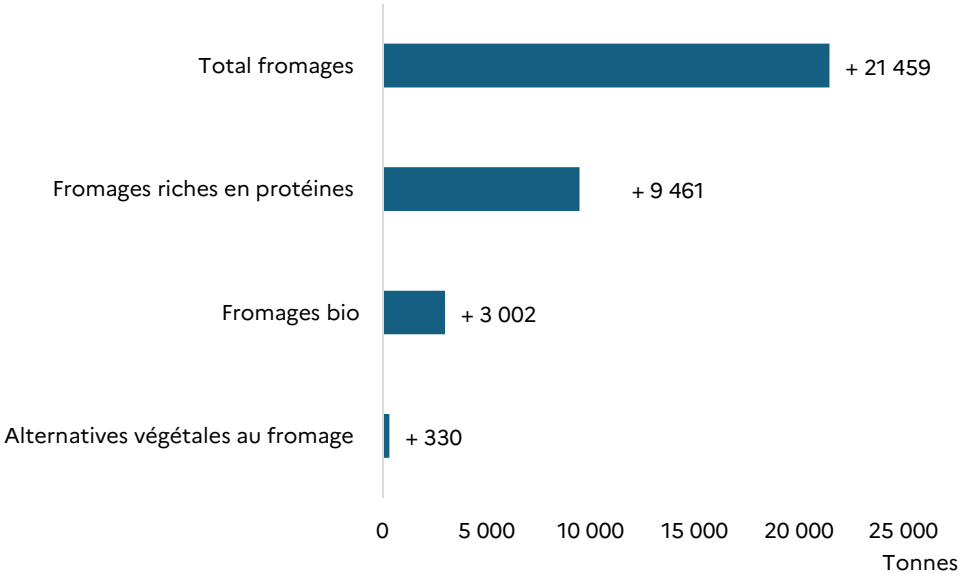


Source : FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

1.3. ANALYSE DU MARCHÉ ALLEMAND DES FROMAGES

D'après le panel consommateurs YouGov pour FranceAgriMer et l'Anicap, en 2025, les achats de fromages (tous laits confondus) réalisés en libre-service par les ménages allemands ont progressé de 2 % par rapport à 2024. Cette croissance a été portée principalement par une hausse de la fréquence d'achat (+ 0,9 %), tandis que le nombre d'acheteurs est resté stable. Plus largement, la dynamique du marché allemand des fromages, en 2025, a été soutenue par le développement des produits associés à la santé (voir figure 8). Les fromages riches en protéines se sont particulièrement distingués, avec une forte progression de leurs achats (+ 15,2 % en volume par rapport à 2024). Leur part, dans les achats totaux de fromages, est ainsi passée de 5,9 % en 2024 à 6,6 % en 2025. Les fromages bio (4,2 % du marché total) ont également enregistré une progression de leurs achats, en volume (+ 7,1 %), confirmant la dynamique de croissance observée depuis 2021. Dans le même temps, les achats des alternatives végétales au fromage ont connu une hausse plus modérée (+ 4 %).

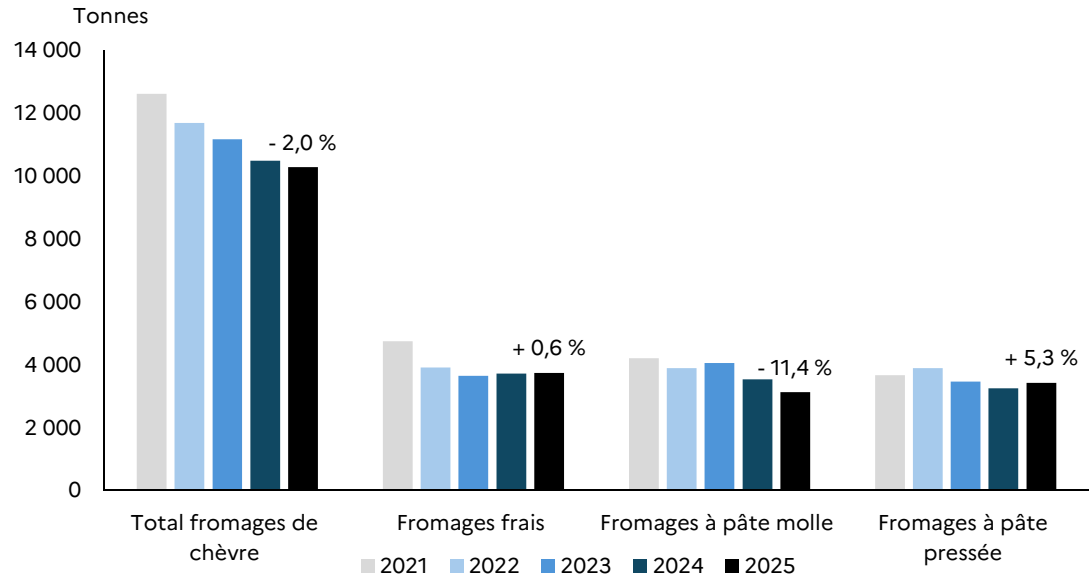
Figure 8 : Évolution en volume des achats de fromages des ménages allemands entre 2024 et 2025 (en tonnes)



Fromages riches en protéines : Selon YouGov, la catégorie *fromages riches en protéines* regroupe les fromages portant la mention « riche en protéines » ainsi que les fromages naturellement riches en protéines, notamment le cottage cheese
Source : FranceAgriMer d'après YouGov

Contrairement à l'ensemble des fromages, en 2025, les achats des ménages allemands de fromages de chèvre en libre-service ont reculé de 2 % par rapport à 2024 (voit figure 9). Cette baisse s'explique principalement par une diminution de la fréquence d'achat (- 3 %). Dans le détail, seuls les achats de fromages de chèvre à pâte molle se sont contractés (- 11,4 %), sous l'effet d'une baisse marquée du taux de pénétration (- 13,3 %). À l'inverse, les achats de fromages de chèvre frais ont légèrement progressé (+ 0,6 %), tout comme les achats de fromages de chèvre à pâte pressée. Ces derniers ont augmenté de 5,3 %, grâce à la hausse du nombre d'acheteurs (+ 3,4 %), et ce malgré leur prix moyen, le plus élevé des différentes catégories de fromages de chèvre (18,23 €/kg contre 15,63 €/kg en moyenne). Cette progression s'inscrit dans une tendance plus large observée sur le marché de produits laitiers en Allemagne, où les consommateurs privilégient de plus en plus les produits qu'ils associent à des bénéfices nutritionnels supérieurs, notamment les aliments riches en protéines et à faible teneur en lactose.

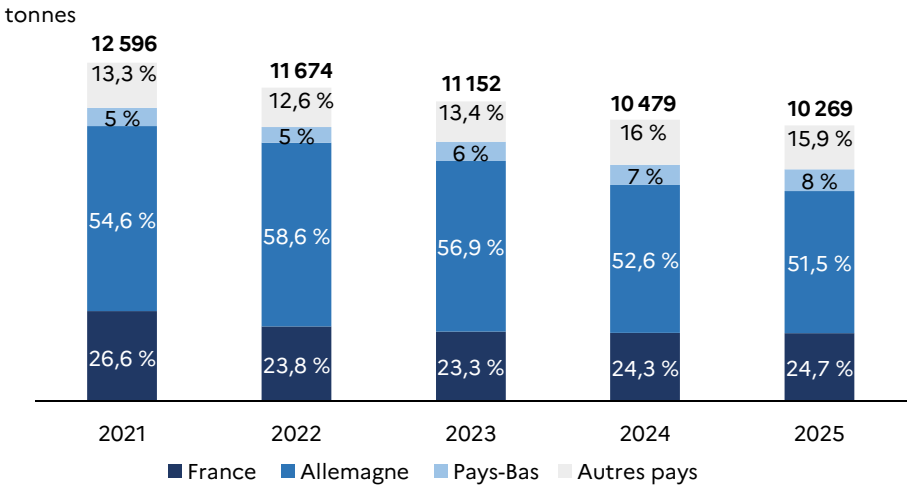
Figure 9 : Achats des ménages allemands en fromages de chèvre selon le type de pâtes



Source : FranceAgriMer d'après YouGov

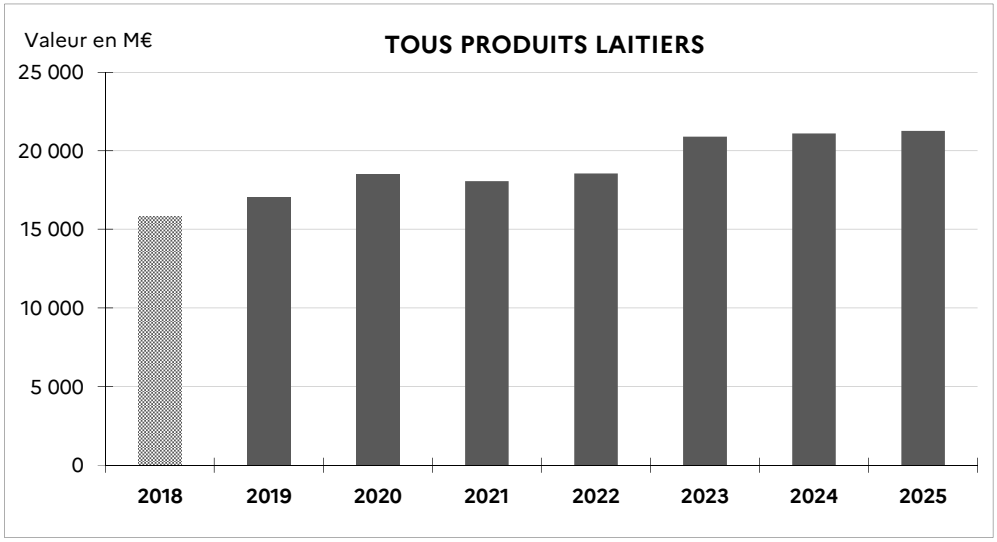
Enfin, au rayon libre-service, les achats de fromages de chèvre, par les ménages allemands, ont évolué différemment selon l'origine des produits. Avec près de 2 533 tonnes achetées, les fromages de chèvre français sont restés stables par rapport à 2024 et ont conservé leur deuxième place, représentant 24,7 % des achats des ménages allemands, derrière les fromages nationaux (51,5 %) (voir figure 10). Ceux-ci ont reculé de 4 % par rapport à 2024. Dans le même temps, les achats de fromages de chèvre néerlandais, composés à 87 % de fromages à pâte pressée, ont progressé de 9 %, portant leur part de marché à 7,9 % en 2025.

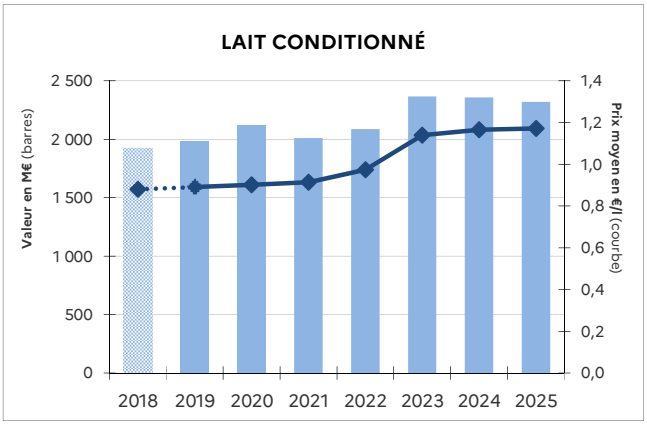
Figure 10 : Part en volume des fromages français dans les achats de ménages allemands en fromages de chèvre

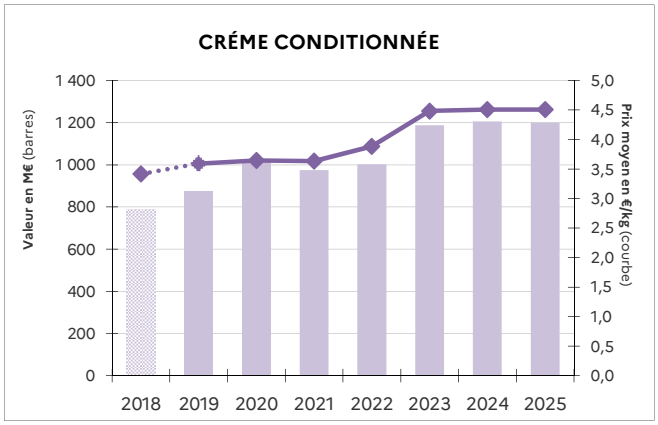


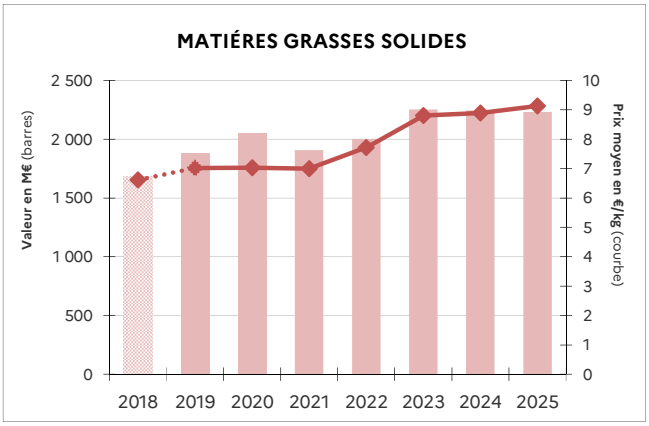
Source : FranceAgriMer d'après YouGov

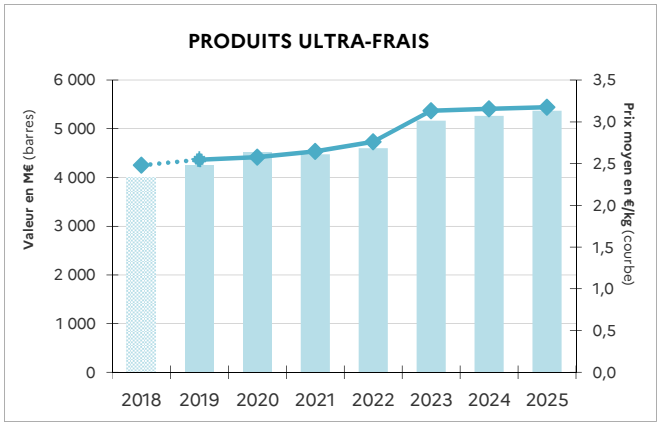
2. TENDANCES DU MARCHÉ FRANÇAIS DEPUIS 2018

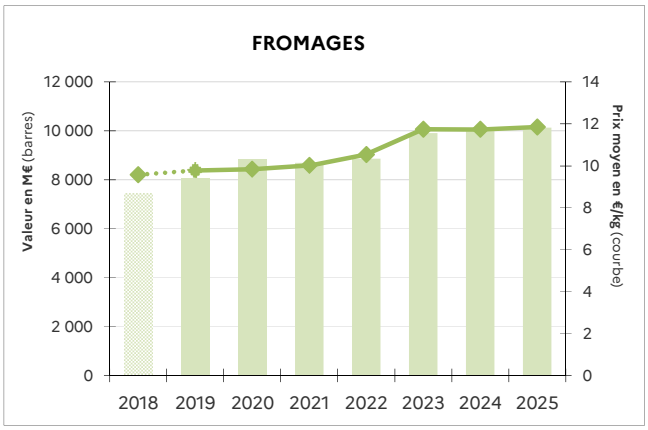






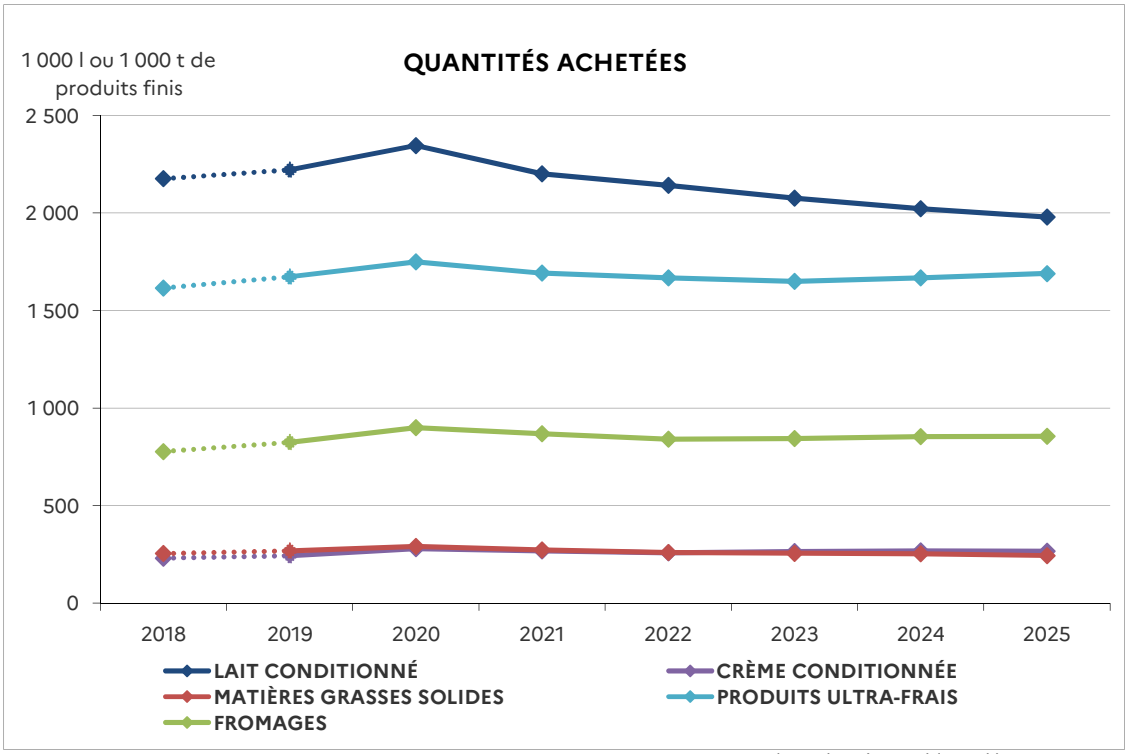




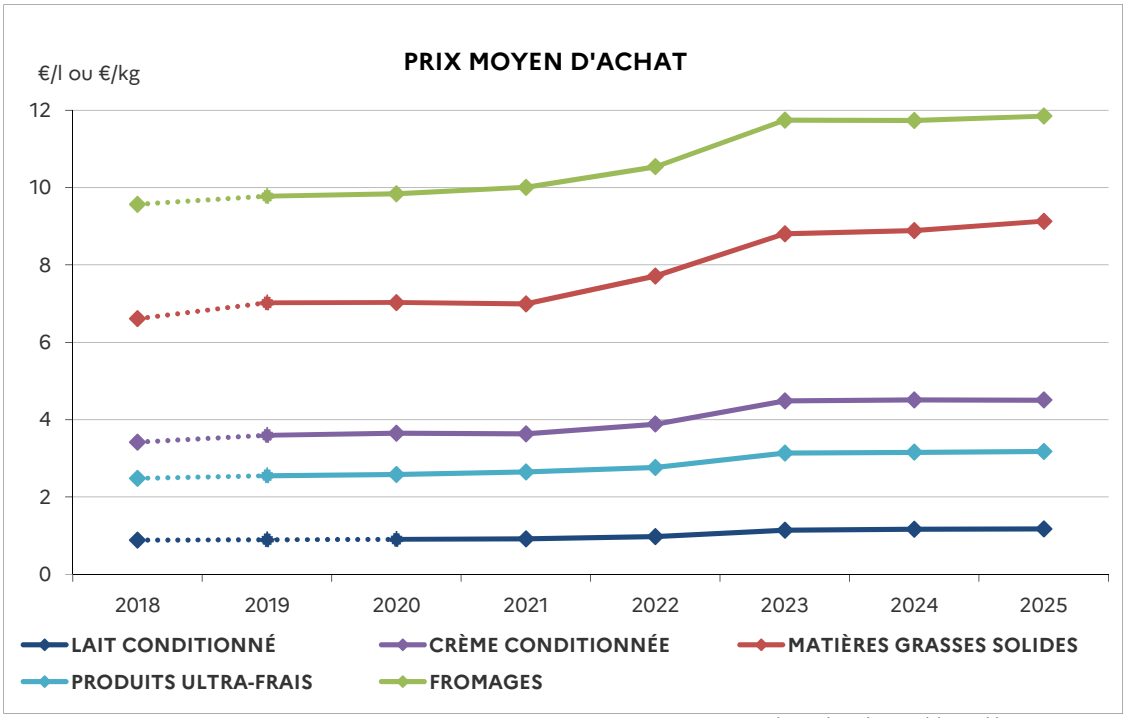


M€ : millions d'euros

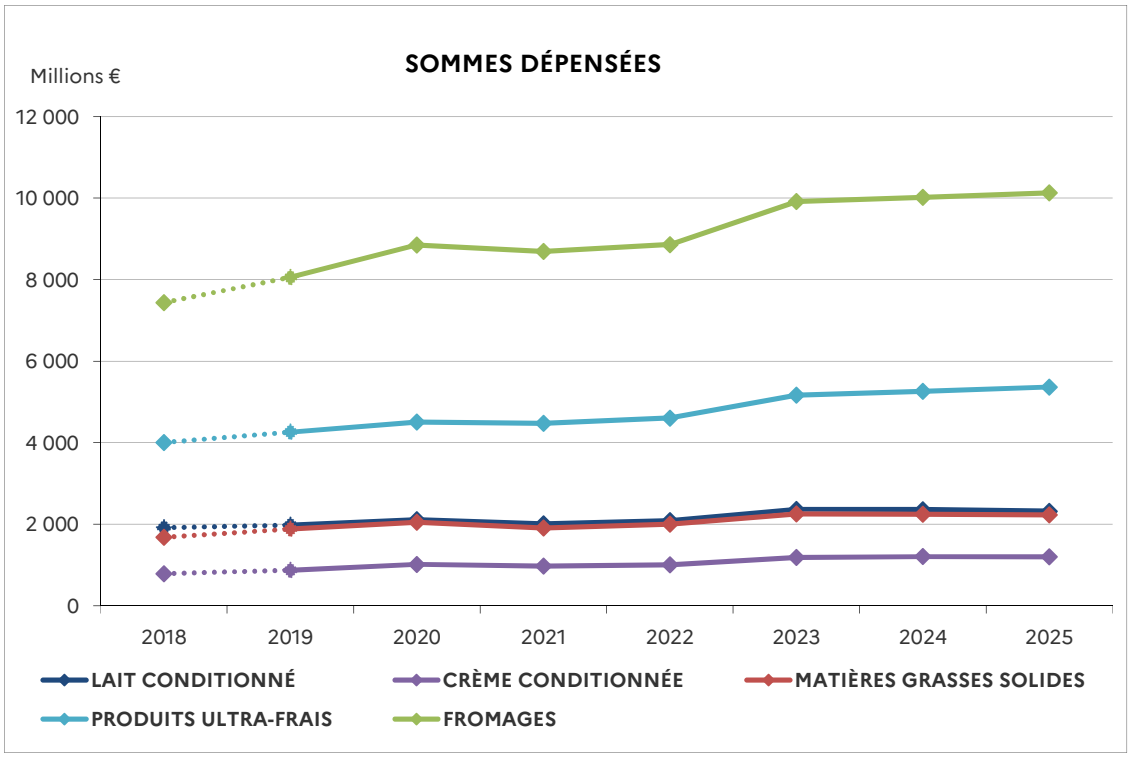
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



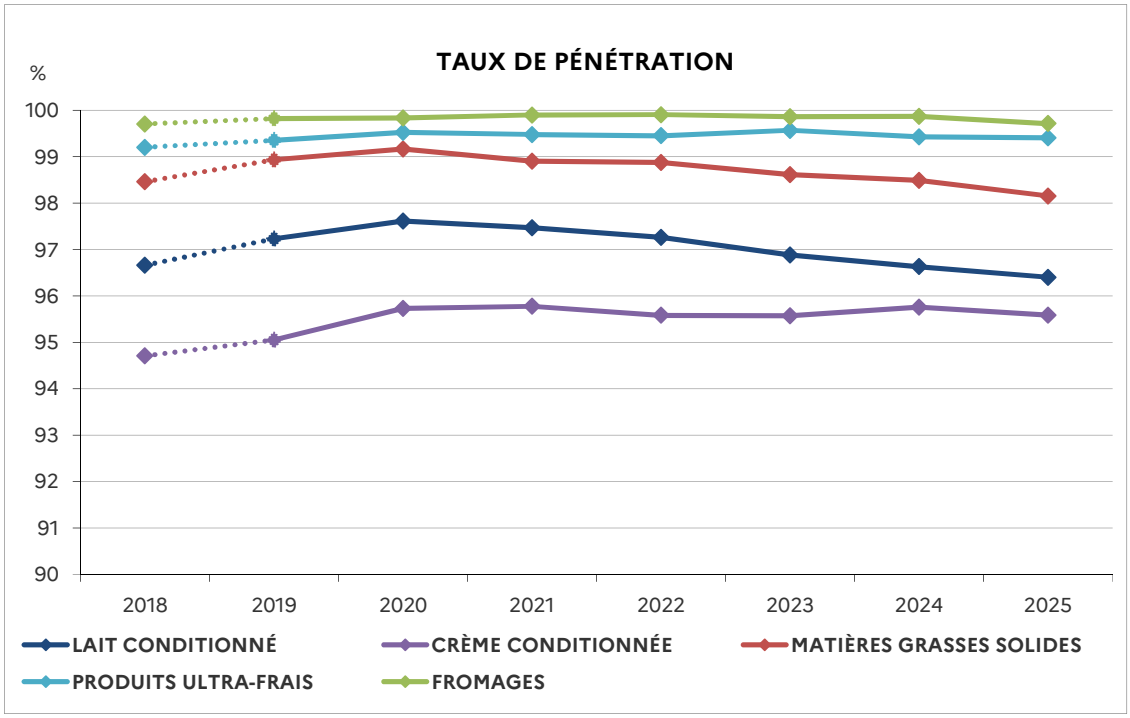
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

2.1. Évolution par type de produit

TOUS PRODUITS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Valeur (k€)	18 543 014	18 066 089	18 555 854	20 890 885	21 090 103	21 249 909	0,8%

LAIT CONDITIONNÉ	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (1 000 l)	2 346 306	2 201 281	2 141 717	2 075 873	2 022 604	1 979 609	-2,1%
Valeur (k€)	2 115 912	2 010 995	2 086 935	2 366 315	2 358 296	2 319 451	-1,6%
Prix moyen (€/l)	0,90	0,91	0,97	1,14	1,17	1,17	0,5%

CRÈME CONDITIONNÉE	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	278 817	268 260	257 927	264 975	267 358	266 335	-0,4%
Valeur (k€)	1 016 319	974 507	1 001 889	1 187 808	1 205 665	1 199 897	-0,5%
Prix moyen (€/kg)	3,65	3,63	3,88	4,48	4,51	4,51	-0,1%

MATIÈRES GRASSES SOLIDES	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	291 403	272 836	259 464	255 665	252 417	244 178	-3,3%
Valeur (k€)	2 048 419	1 908 255	2 001 228	2 251 868	2 244 389	2 229 918	-0,6%
Prix moyen (€/kg)	7,03	6,99	7,71	8,81	8,89	9,13	2,7%

PRODUITS ULTRA-FRAIS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	1 749 824	1 691 858	1 667 719	1 649 726	1 667 749	1 689 963	1,3%
Valeur (k€)	4 509 584	4 476 829	4 604 406	5 167 403	5 263 447	5 367 370	2,0%
Prix moyen (€/kg)	2,58	2,65	2,76	3,13	3,16	3,18	0,6%

YAOURTS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	967 510	932 204	928 614	923 928	938 022	962 068	2,6%
Valeur (k€)	2 105 038	2 112 515	2 207 268	2 502 181	2 570 776	2 679 397	4,2%
Prix moyen (€/kg)	2,18	2,27	2,38	2,71	2,74	2,79	1,6%

FROMAGES FRAIS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	346 198	324 479	315 362	314 104	312 623	314 528	0,6%
Valeur (k€)	920 812	865 231	883 278	993 014	990 587	981 164	-1,0%
Prix moyen (€/kg)	2,66	2,67	2,80	3,16	3,17	3,12	-1,6%

DESSERTS LACTÉS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	436 072	435 174	423 743	411 694	416 986	413 187	-0,9%
Valeur (k€)	1 483 346	1 499 083	1 513 860	1 672 207	1 701 089	1 705 271	0,2%
Prix moyen (€/kg)	3,40	3,44	3,57	4,06	4,08	4,13	1,2%

FROMAGES	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	899 629	868 641	840 658	844 229	853 332	855 154	0,2%
Valeur (k€)	8 852 779	8 695 504	8 861 396	9 917 492	10 018 305	10 133 273	1,1%
Prix moyen (€/kg)	9,84	10,01	10,54	11,75	11,74	11,85	0,9%

FROMAGES AU LAIT DE BREBIS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	33 123	31 825	29 176	27 878	26 976	28 526	5,7%
Valeur (k€)	510 067	494 372	475 335	505 192	491 349	515 602	4,9%
Prix moyen (€/kg)	15,40	15,53	16,29	18,12	18,21	18,07	-0,8%

FROMAGES AU LAIT DE CHÈVRE	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	65 963	63 915	60 549	61 162	61 307	61 028	-0,5%
Valeur (k€)	823 445	801 255	799 598	875 869	865 137	874 113	1,0%
Prix moyen (€/kg)	12,48	12,54	13,21	14,32	14,11	14,32	1,5%

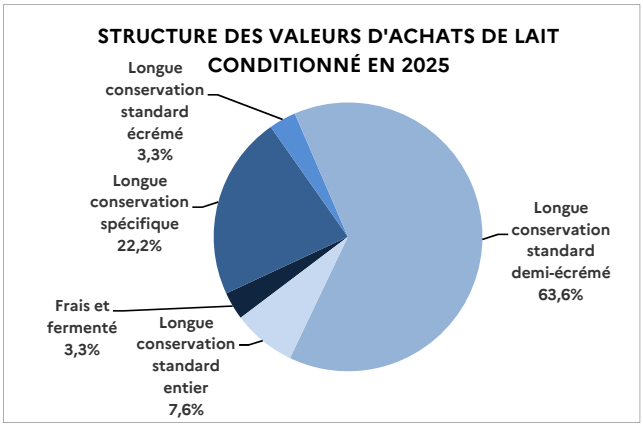
FROMAGES AU LAIT DE VACHE	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	796 246	767 572	744 925	748 567	758 150	757 609	-0,1%
Valeur (k€)	7 447 912	7 314 203	7 489 909	8 421 580	8 543 011	8 604 748	0,7%
Prix moyen (€/kg)	9,35	9,53	10,05	11,25	11,27	11,36	0,8%

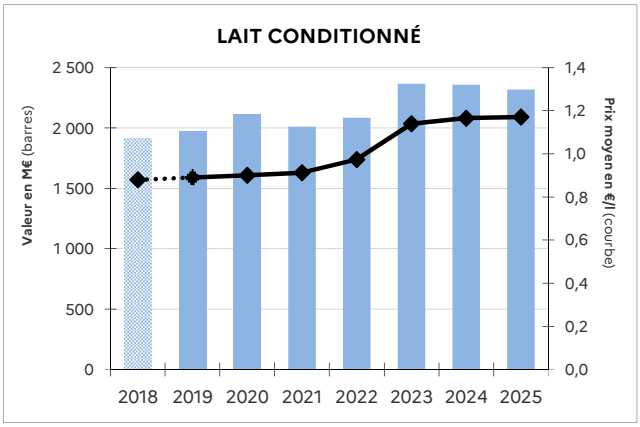
FROMAGES MIXTES	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	4 297	5 330	6 007	6 623	6 899	7 991	15,8%
Valeur (k€)	71 355	85 673	96 554	114 851	118 808	138 811	16,8%
Prix moyen (€/kg)	16,61	16,07	16,07	17,34	17,22	17,37	0,9%

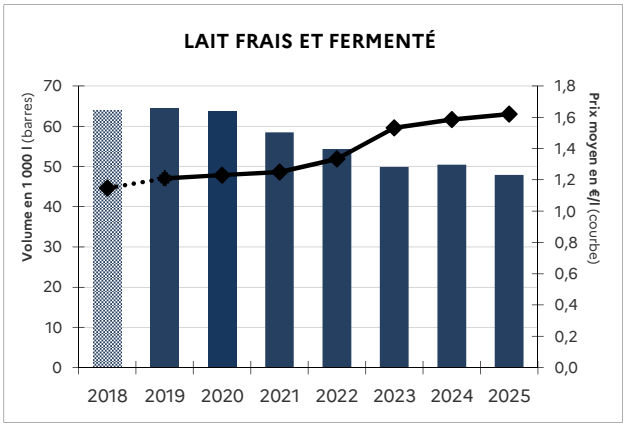
k€ : milliers d'euros

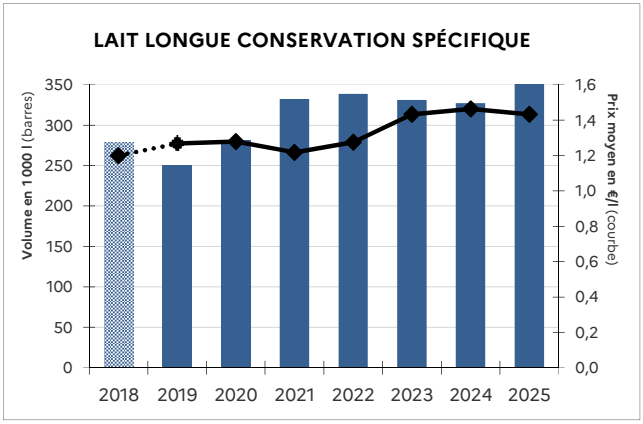
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

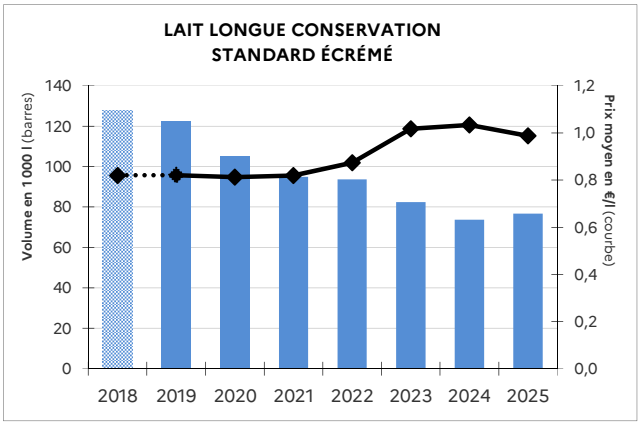
2.1.1. Le lait conditionné

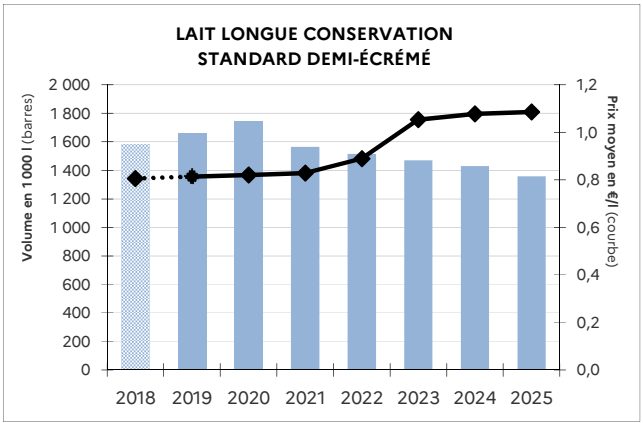


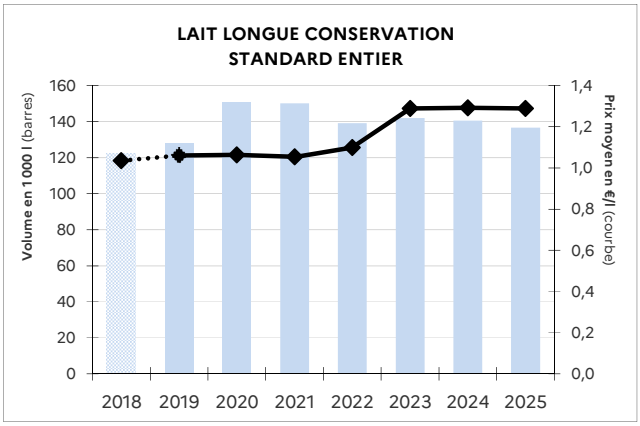








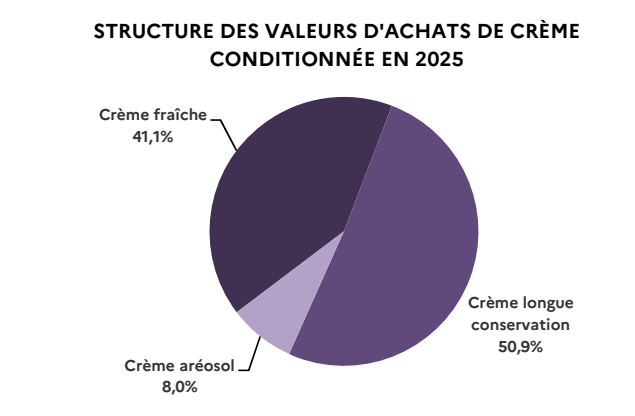


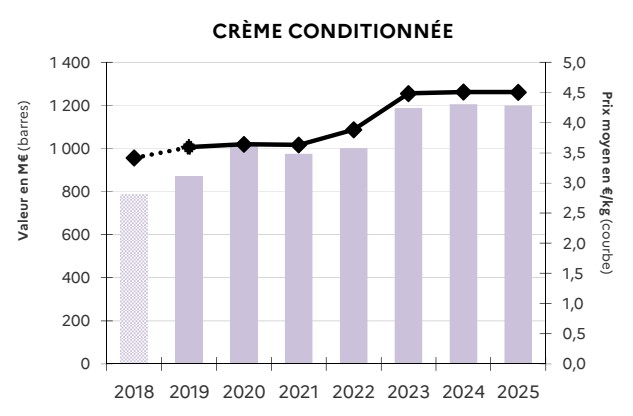


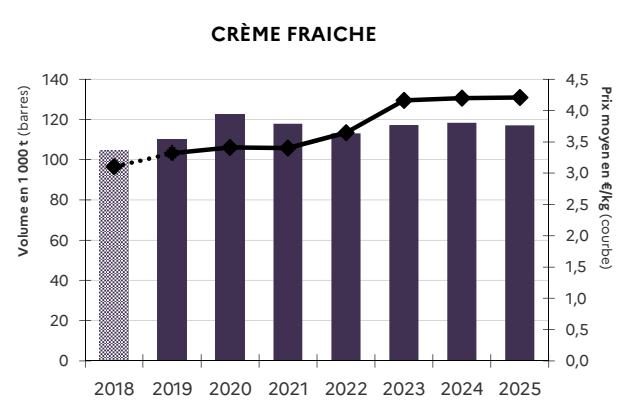
M€ : millions d'euros

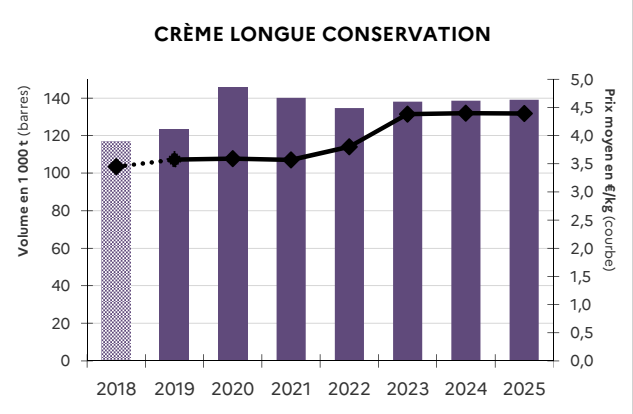
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

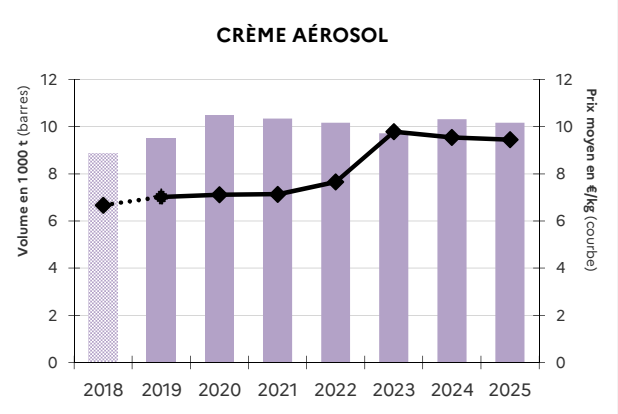
2.1.2. La crème conditionnée

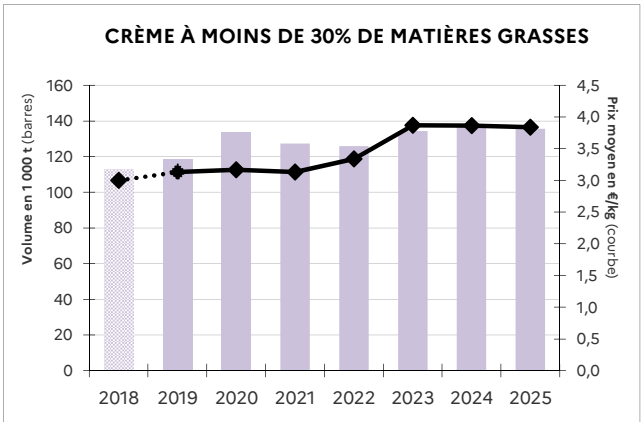


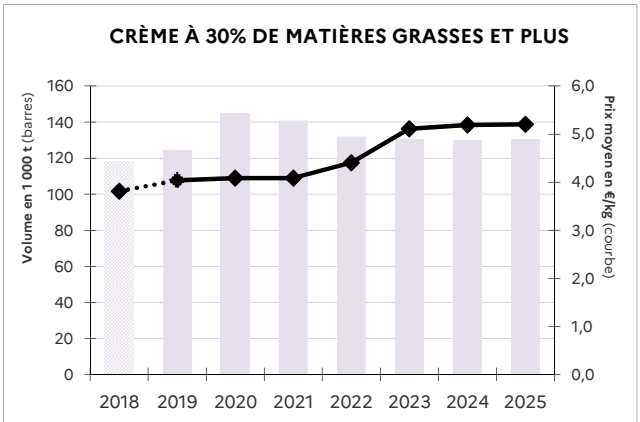








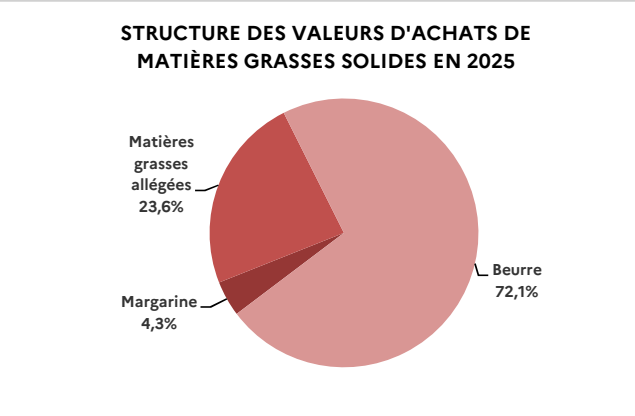


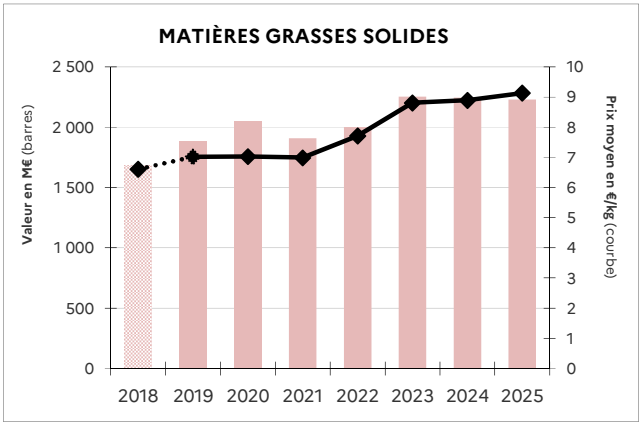


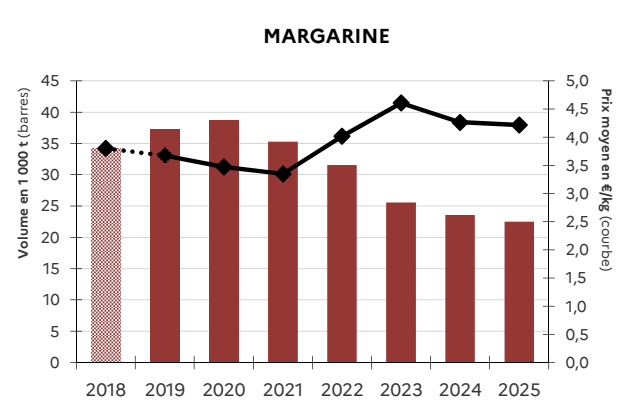
M€ : millions d'euros

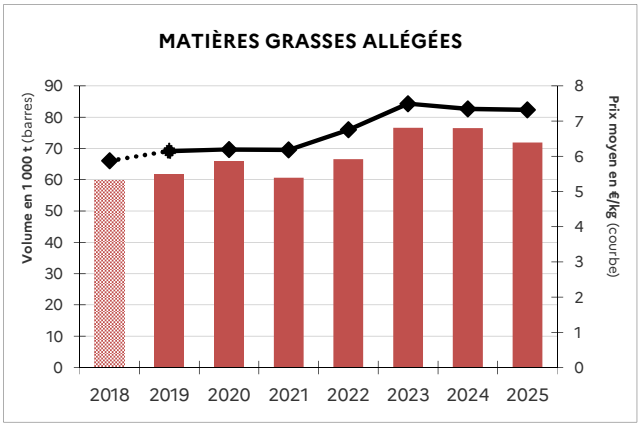
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

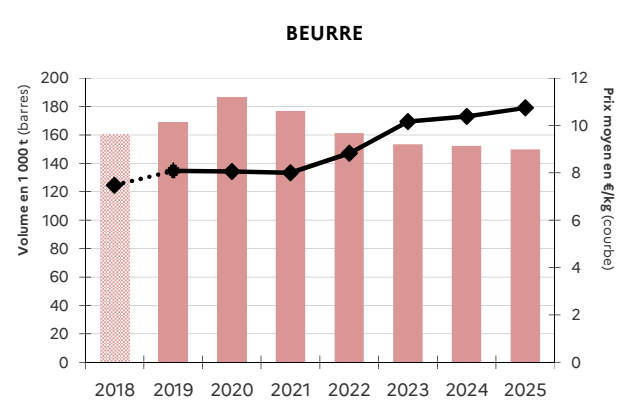
2.1.3. Les matières grasses solides

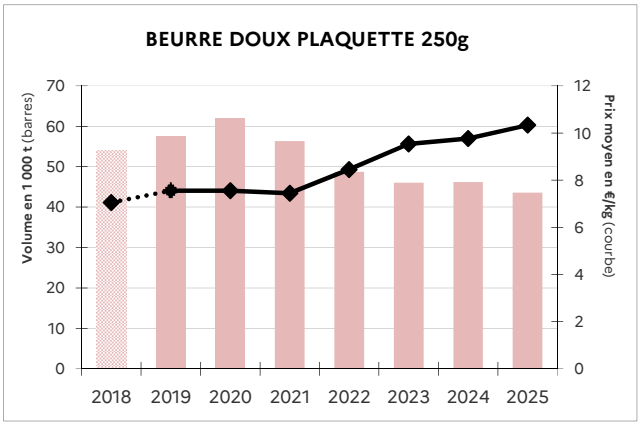








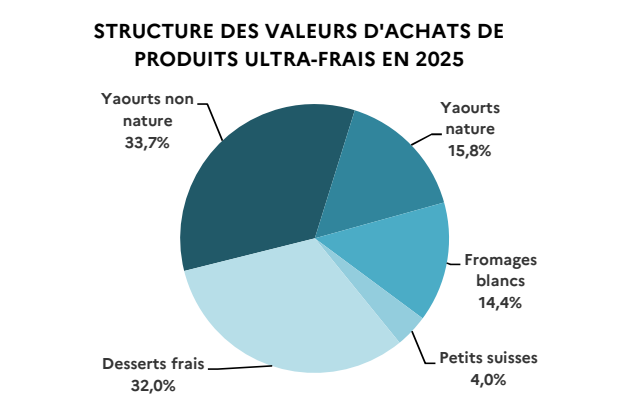


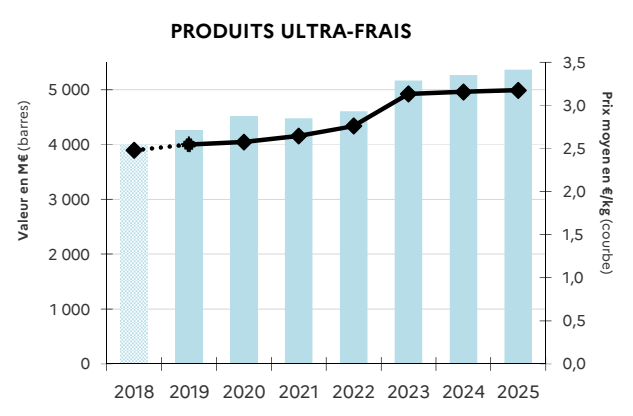


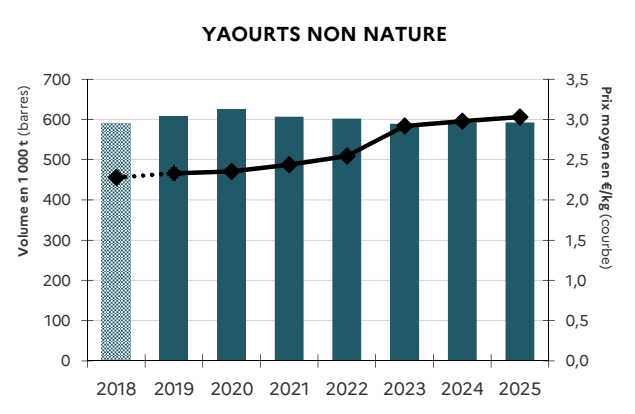
M€ : millions d'euros

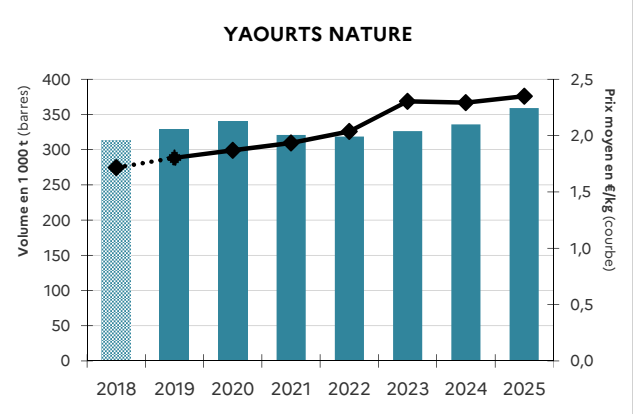
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

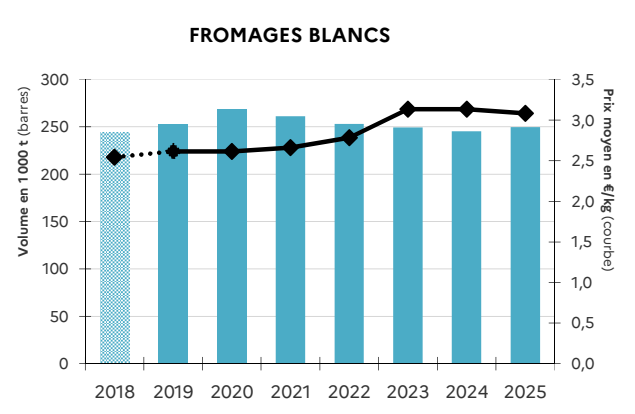
2.1.4. Les produits ultra-frais

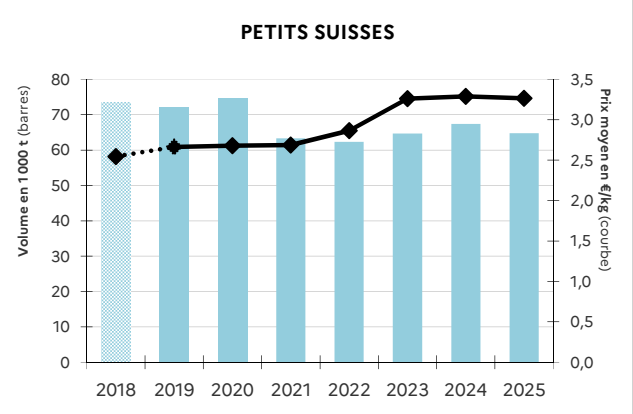


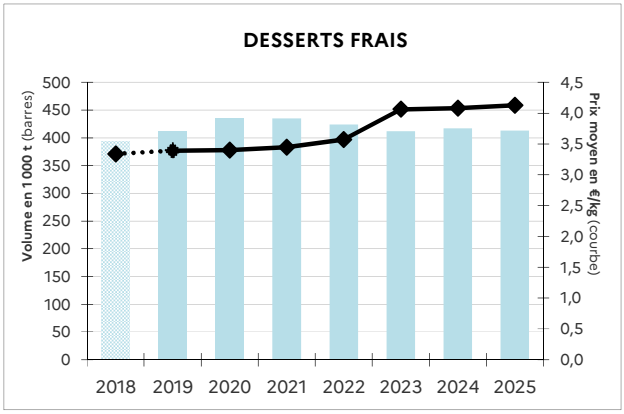








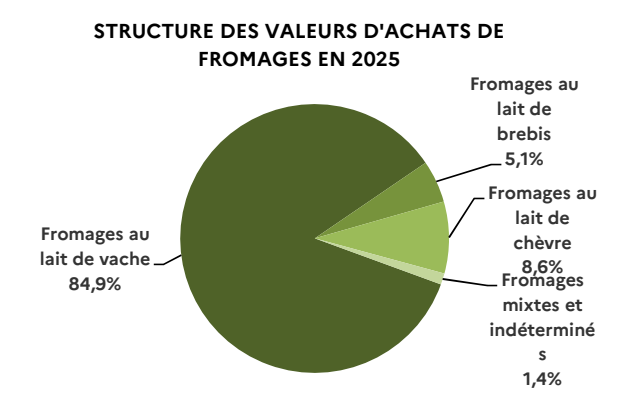


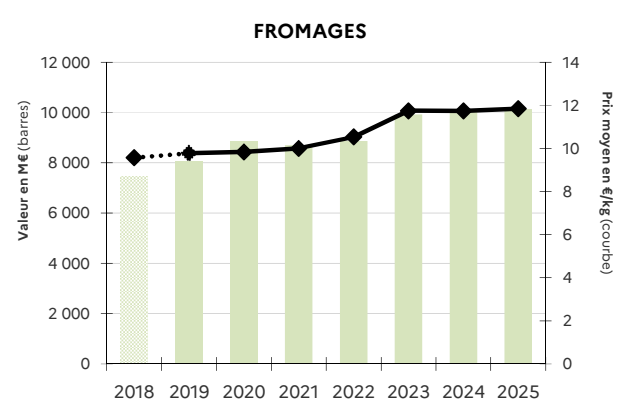


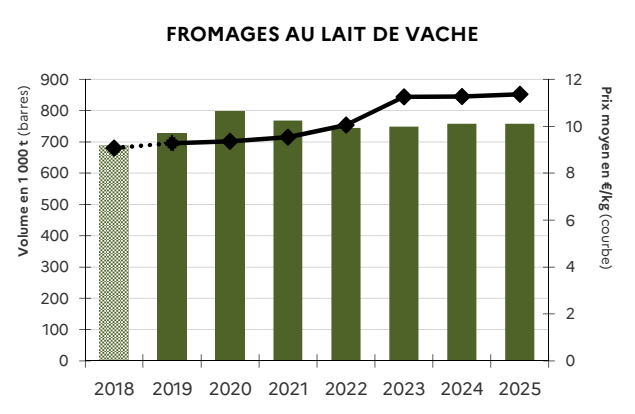
M€ : millions d'euros

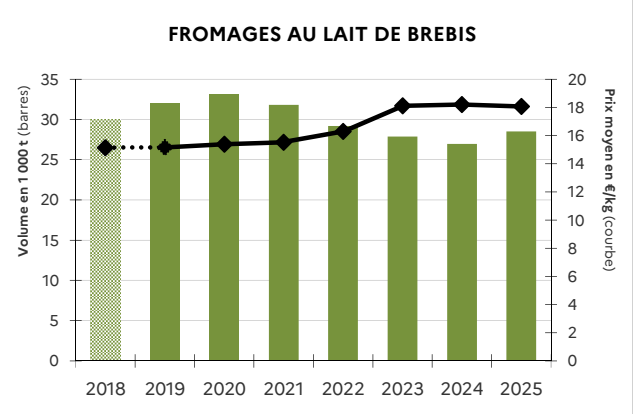
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

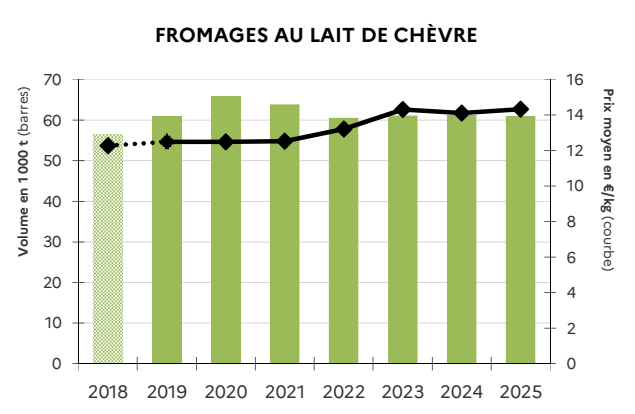
2.1.5. Les fromages

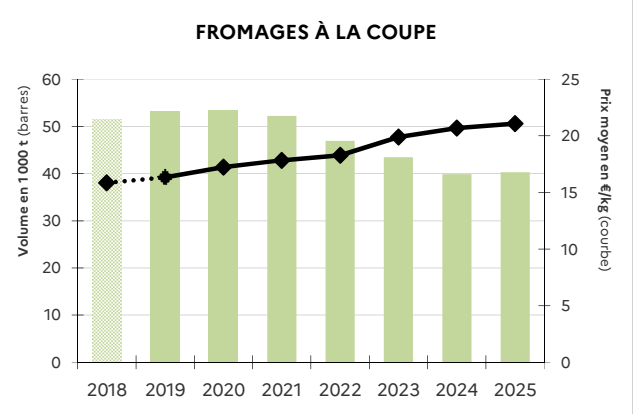


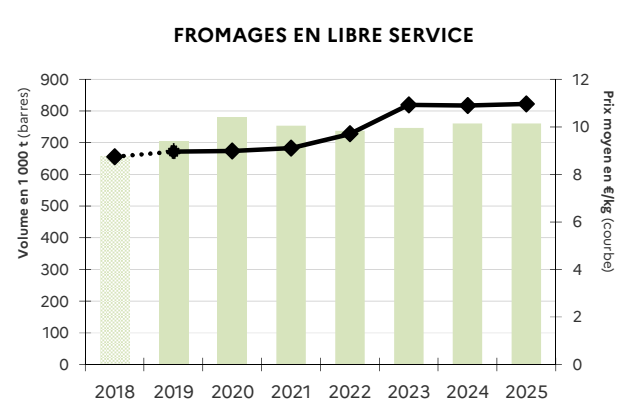


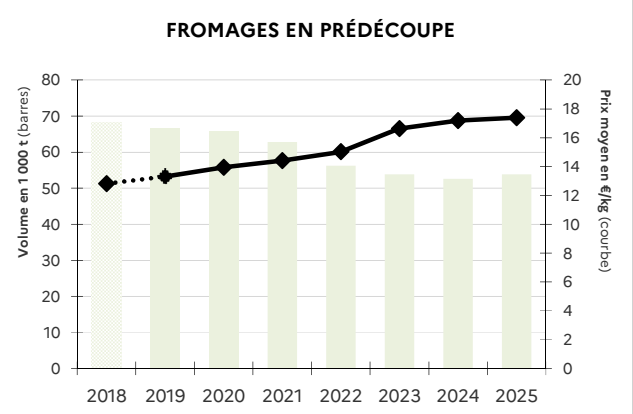












M€ : millions d'euros

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

2.2. Évolution par produit en valeur (milliers d'euros)

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Lait conditionné	**2 117 300**	**2 010 995**	**2 086 935**	**2 366 315**	**2 358 296**	**2 319 451**	**-1,6**
Lait de vache	2 089 901	1 982 680	2 062 601	2 342 305	2 336 212	2 297 295	-1,7
Lait de chèvre	20 249	19 716	16 748	16 740	14 805	15 182	2,5
Lait biologique	260 837	233 836	225 378	223 200	199 355	196 862	-1,3
Lait non biologique	1 856 463	1 777 159	1 861 557	2 143 115	2 158 941	2 122 589	-1,7
Lait frais et fermenté	81 267	73 104	72 404	76 440	80 026	77 661	-3,0
Lait longue conservation	2 036 019	1 917 851	1 997 648	2 273 118	2 263 507	2 226 636	-1,6
Lait écrémé	134 227	103 617	110 415	114 187	104 735	106 368	1,6
Lait demi-écrémé	1 678 244	1 610 377	1 690 206	1 935 864	1 936 641	1 906 283	-1,6
Lait entier	216 996	203 857	197 027	223 067	222 131	213 983	-3,7
Lait standard	1 675 688	1 512 821	1 565 667	1 798 627	1 784 838	1 711 954	-4,1
Lait spécifique	360 332	405 030	431 981	474 491	478 669	514 682	7,5

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Crème conditionnée	**1 015 780**	**974 507**	**1 001 889**	**1 187 808**	**1 205 665**	**1 199 897**	**-0,5**
Crème à moins de 30 % de matière grasse	425 190	398 630	420 006	519 694	530 151	520 641	-1,8
Crème à plus de 30 % de matière grasse	590 590	575 877	581 883	668 114	675 515	679 256	0,6
Crème biologique	41 035	32 914	27 855	27 896	22 996	21 682	-5,7
Crème non biologique	974 745	941 593	974 034	1 159 911	1 182 669	1 178 215	-0,4
Crème fraîche	416 477	400 739	412 151	487 738	497 095	492 726	-0,9
Crème longue conservation	524 604	499 975	511 952	604 977	609 971	611 016	0,2
Crème aérosol	74 699	73 794	77 786	95 092	98 599	96 155	-2,5

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Matières grasses solides	**2 047 784**	**1 908 255**	**2 001 228**	**2 251 868**	**2 244 389**	**2 229 918**	**-0,6**
Margarine	134 588	118 232	126 776	117 800	100 590	94 911	-5,6
Matières grasses allégées	409 180	375 234	449 623	574 324	562 188	526 465	-6,4
Matières grasses allégées biologiques	18 405	17 788	18 299	18 354	14 972	14 732	-1,6
Matières grasses allégées non biologiques	390 775	357 446	431 324	555 970	547 216	511 732	-6,5
Beurre	1 503 981	1 414 788	1 424 829	1 559 745	1 581 611	1 608 542	1,7
Beurre biologique	103 514	90 232	88 856	88 146	80 165	81 129	1,2
Beurre non biologique	1 400 468	1 324 556	1 335 972	1 471 598	1 501 446	1 527 413	1,7
Beurre doux plaquette 250 g	478 428	419 876	411 758	439 035	450 733	450 503	-0,1

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Produits ultra-frais	**4 502 891**	**4 476 829**	**4 604 406**	**5 167 403**	**5 263 447**	**5 367 370**	**2,0**
Au lait de brebis	134 376	130 816	119 033	115 614	109 823	123 219	12,2
Au lait de chèvre	83 855	76 627	69 152	65 957	65 252	74 048	13,5
Au lait de vache	4 284 322	4 265 001	4 412 086	4 981 193	5 083 351	5 164 746	1,6
Yaourts	2 103 099	2 112 515	2 207 268	2 502 181	2 570 776	2 679 397	4,2
Yaourts au lait de brebis	97 275	93 872	83 722	80 355	74 699	86 035	15,2
Yaourts au lait de chèvre	67 698	60 450	55 207	54 434	52 711	59 285	12,5
Yaourts au lait de vache	1 938 079	1 957 168	2 067 423	2 366 942	2 442 957	2 533 534	3,7
Yaourts biologiques	163 653	154 294	145 379	135 059	128 462	138 370	7,7
Yaourts non biologiques	1 939 446	1 958 221	2 061 889	2 367 122	2 442 315	2 541 027	4,0
Yaourts non nature	1 478 567	1 480 055	1 532 931	1 722 066	1 765 524	1 797 765	1,8
Yaourts nature	624 532	620 493	648 541	751 772	769 705	844 332	9,7
Yaourts allégés	-	-	-	-	-	-	
Yaourts non allégés	1 878 000	1 841 868	1 878 788	2 082 245	2 109 966	2 162 077	2,5
Yaourts à boire	209 989	235 831	263 338	280 589	286 803	283 507	-1,1
Yaourts autres qu'à boire	1 893 110	1 865 604	1 918 856	2 193 597	2 248 735	2 358 994	4,9
Fromages frais	919 768	865 231	883 278	993 014	990 587	981 164	-1,0
Fromages frais au lait de brebis	27 838	28 320	26 552	27 019	28 487	30 589	7,4
Fromages frais au lait de chèvre	14 591	14 831	12 673	10 785	11 178	12 567	12,4
Fromages frais au lait de vache	877 339	822 080	844 053	955 210	950 922	938 008	-1,4
Fromages frais biologiques	44 871	40 485	32 036	28 554	28 033	28 706	2,4
Fromages frais non biologiques	874 896	824 746	851 242	964 461	962 554	952 458	-1,0
Fromages à pâte douce	719 796	695 257	704 662	782 123	769 206	769 728	0,1
Petits suisses	199 972	169 974	178 616	210 892	221 380	211 436	-4,5
Desserts frais	1 480 024	1 499 083	1 513 860	1 672 207	1 701 089	1 705 271	0,2
Desserts frais biologiques	53 366	49 857	41 860	37 311	35 136	33 164	-5,6
Desserts frais non biologiques	1 426 659	1 449 226	1 472 000	1 634 896	1 665 953	1 672 108	0,4

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Fromages	**8 841 456**	**8 695 504**	**8 861 396**	**9 917 492**	**10 018 305**	**10 133 273**	**1,1**
À la coupe	920 483	931 738	858 312	865 466	824 818	850 320	3,1
En libre-service	7 003 633	6 859 240	7 157 197	8 156 457	8 288 907	8 346 284	0,7
En prédécoupe	917 340	904 525	845 886	895 568	904 581	936 669	3,5
Fromages au lait de vache	**7 438 217**	**7 314 203**	**7 489 909**	**8 421 580**	**8 543 011**	**8 604 748**	**0,7**
Pâte molle	1 597 448	1 552 121	1 588 325	1 769 503	1 780 913	1 734 606	-2,6
Pâte molle à croûte fleurie	1 264 770	1 224 932	1 264 340	1 426 321	1 434 477	1 395 199	-2,7
Camembert	364 186	332 129	345 581	393 711	410 152	389 583	-5,0
Coulommiers	190 988	186 129	186 579	219 288	221 294	213 823	-3,4
Brie	216 327	204 796	218 996	241 923	238 349	230 143	-3,4
Pâte molle à croûte lavée	315 137	313 599	309 256	328 181	331 827	322 807	-2,7
Munster	47 804	45 731	45 860	51 883	50 649	48 898	-3,5
Mont d'Or	50 642	52 803	49 146	53 598	55 562	56 541	1,8
Pâte pressée cuite	2 481 363	2 344 348	2 416 990	2 731 841	2 767 069	2 791 298	0,9
Emmental	1 297 391	1 171 828	1 248 296	1 458 496	1 480 052	1 476 945	-0,2
Parmesan	200 806	210 516	208 063	234 250	238 445	246 830	3,5
Comté	560 092	539 190	524 263	566 397	571 638	592 680	3,7
Pâte pressée non cuite	1 642 240	1 675 533	1 651 874	1 813 141	1 840 461	1 849 941	0,5
Raclette	390 603	406 753	402 308	443 526	455 060	460 811	1,3
Tartiflette	76 252	77 184	85 640	99 114	103 230	107 014	3,7
Pâte persillée	278 759	272 595	276 896	308 044	303 830	294 006	-3,2
Bleu d'Auvergne	27 744	26 532	27 544	32 535	33 437	33 075	-1,1
Fourme d'Ambert	38 800	35 880	37 796	38 171	35 407	35 015	-1,1
Pâte fraiche	889 981	932 625	998 152	1 161 641	1 196 911	1 287 024	7,5
Pâte fraiche aromatisée	192 057	194 159	198 378	221 185	221 354	213 199	-3,7
Pâte fraiche nature	209 217	212 279	232 843	274 860	294 738	322 789	9,5
Pâte fraiche méditerranéenne	432 550	460 295	497 051	597 744	619 599	690 604	11,5
Mozzarella	324 078	345 784	382 678	452 066	476 345	535 172	12,3
Fondus	536 397	523 560	542 393	621 998	638 936	629 732	-1,4
Fromages au lait de brebis	**520 203**	**494 372**	**475 335**	**505 192**	**491 349**	**515 602**	**4,9**
Pâte molle	57 618	56 324	54 423	53 997	52 269	55 179	5,6
Pâte pressée cuite	16 453	17 469	17 193	19 253	18 842	19 731	4,7
Pâte pressée non cuite	205 331	199 132	181 476	188 527	188 646	190 275	0,9
Ossau Iraty	48 506	47 538	45 163	45 963	47 787	45 112	-5,6
Autres Pyrénées	57 514	55 814	51 854	55 214	55 621	63 798	14,7
Pâte persillée	148 040	142 051	136 014	144 417	127 389	130 809	2,7
Roquefort	141 895	135 018	130 147	138 325	122 039	126 292	3,5
Pâte fraiche	83 177	68 955	74 366	87 699	93 100	107 439	15,4
Fêta et assimilés	74 977	62 586	69 255	81 992	85 299	99 999	17,2
Fondus	9 583	10 441	11 863	11 298	11 103	12 169	9,6
Fromages au lait de chèvre	**820 444**	**801 255**	**799 598**	**875 869**	**865 137**	**874 113**	**1,0**
Frais	154 338	152 433	151 920	161 840	162 338	171 366	5,6
Affinés	651 126	628 786	623 208	688 015	677 036	677 362	0,0
Bûchettes affinées	377 655	362 969	366 522	415 731	423 794	419 096	-1,1
Autres affinés (hors pyramides, boîtes rondes, crottins et palets)	102 768	90 485	83 586	89 985	80 179	87 599	9,3
Fromages mixtes et indéterminés	**62 592**	**85 673**	**96 554**	**114 851**	**118 808**	**138 811**	**16,8**

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

2.3. Évolution par produit en volume (1 000 l ou tonnes)

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Lait conditionné	**2 346 538**	**2 201 281**	**2 141 717**	**2 075 873**	**2 022 604**	**1 979 609**	**-2,1**
Lait de vache	2 334 510	2 188 630	2 131 310	2 067 060	2 014 850	1 971 750	-2,1
Lait de chèvre	10 001	9 796	8 059	6 807	5 784	5 977	3,3
Lait biologique	228 233	204 103	188 000	166 959	145 248	142 602	-1,8
Lait non biologique	2 118 305	1 997 178	1 953 718	1 908 914	1 877 356	1 837 007	-2,1
Lait frais et fermenté	65 768	58 472	54 300	49 907	50 452	47 923	-5,0
Lait longue conservation	2 280 767	2 132 852	2 079 287	2 019 146	1 966 370	1 925 709	-2,1
Lait écrémé	143 424	111 007	110 814	98 236	88 063	91 064	3,4
Lait demi-écrémé	1 947 436	1 842 439	1 802 745	1 755 782	1 714 668	1 677 066	-2,2
Lait entier	187 571	179 406	165 727	165 128	163 639	157 579	-3,7
Lait standard	1 999 623	1 800 303	1 740 555	1 688 017	1 639 332	1 566 557	-4,4
Lait spécifique	281 144	332 549	338 732	331 130	327 038	359 152	9,8

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Crème conditionnée	**278 673**	**268 260**	**257 927**	**264 975**	**267 358**	**266 335**	**-0,4**
Crème à moins de 30 % de matière grasse	133 990	127 293	125 843	134 289	137 224	135 691	-1,1
Crème à plus de 30 % de matière grasse	144 683	140 967	132 084	130 685	130 135	130 644	0,4
Crème biologique	7 162	5 831	4 698	4 280	3 450	3 156	-8,5
Crème non biologique	271 511	262 428	253 229	260 695	263 908	263 179	-0,3
Crème fraîche	121 930	117 870	113 041	117 205	118 380	117 077	-1,1
Crème longue conservation	146 244	140 046	134 721	138 054	138 654	139 089	0,3
Crème aérosol	10 499	10 345	10 165	9 716	10 325	10 169	-1,5

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Matières grasses solides	**291 331**	**272 836**	**259 464**	**255 665**	**252 417**	**244 178**	**-3,3**
Margarine	38 762	35 292	31 539	25 568	23 585	22 513	-4,5
Matières grasses allégées	66 035	60 673	66 579	76 606	76 515	71 918	-6,0
Matières grasses allégées biologiques	2 270	2 157	2 087	1 823	1 493	1 477	-1,1
Matières grasses allégées non biologiques	63 765	58 516	64 492	74 783	75 022	70 441	-6,1
Beurre	186 532	176 871	161 346	153 492	152 318	149 746	-1,7
Beurre biologique	10 323	9 146	8 660	7 817	6 878	6 780	-1,4
Beurre non biologique	176 210	167 725	152 685	145 675	145 440	142 966	-1,7
Beurre doux plaquette 250 g	63 047	56 358	48 733	46 030	46 179	43 608	-5,6

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Produits ultra-frais	**1 748 034**	**1 691 858**	**1 667 719**	**1 649 726**	**1 667 749**	**1 689 963**	**1,3**
Au lait de brebis	22 901	22 402	19 936	17 784	16 566	19 097	15,3
Au lait de chèvre	16 781	15 795	14 328	13 474	13 322	15 463	16,1
Au lait de vache	1 708 320	1 653 163	1 632 964	1 617 977	1 637 396	1 654 987	1,1
Yaourts	966 461	932 204	928 614	923 928	938 022	962 068	2,6
Yaourts au lait de brebis	17 123	16 582	14 424	12 667	11 487	13 503	17,6
Yaourts au lait de chèvre	14 255	13 263	12 180	11 717	11 521	13 325	15,7
Yaourts au lait de vache	935 073	902 217	901 875	899 482	914 956	935 164	2,2
Yaourts biologiques	52 838	49 760	46 308	40 787	39 366	41 793	6,2
Yaourts non biologiques	913 623	882 445	882 306	883 141	898 656	920 274	2,4
Yaourts non nature	628 692	607 210	601 882	589 531	592 564	592 872	0,1
Yaourts nature	337 769	320 682	318 463	326 305	335 784	359 239	7,0
Yaourts allégés	-	-	-	-	-	-	
Yaourts non allégés	870 276	835 451	823 742	815 935	822 205	836 746	1,8
Yaourts à boire	84 005	92 072	99 199	93 962	93 822	92 020	-1,9
Yaourts autres qu'à boire	882 457	835 946	821 252	821 924	834 574	860 146	3,1
Fromages frais	346 012	324 479	315 362	314 104	312 623	314 528	0,6
Fromages frais au lait de brebis	4 544	4 629	4 276	3 954	4 211	4 716	12,0
Fromages frais au lait de chèvre	2 302	2 334	1 967	1 650	1 632	1 869	14,5
Fromages frais au lait de vache	339 166	317 516	309 119	308 500	306 780	307 944	0,4
Fromages frais biologiques	10 197	9 078	7 004	5 600	5 194	5 232	0,7
Fromages frais non biologiques	335 815	315 401	308 358	308 505	307 429	309 296	0,6
Fromages à pâte douce	271 371	261 161	253 033	249 419	245 274	249 734	1,8
Petits suisses	74 640	63 318	62 329	64 685	67 349	64 794	-3,8
Desserts frais	435 561	435 174	423 743	411 694	416 986	413 187	-0,9
Desserts frais biologiques	10 319	9 713	8 056	6 691	6 125	6 158	0,5
Desserts frais non biologiques	425 241	425 461	415 687	405 003	410 861	407 029	-0,9

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Fromages	**898 963**	**868 641**	**840 658**	**844 229**	**853 332**	**855 154**	**0,2**
À la coupe	53 396	52 219	46 944	43 504	39 885	40 315	1,1
En libre-service	779 792	753 643	737 420	746 911	760 824	760 958	0,0
En prédécoupe	65 775	62 780	56 294	53 814	52 622	53 881	2,4
Fromages au lait de vache	**795 725**	**767 572**	**744 925**	**748 567**	**758 150**	**757 609**	**-0,1**
Pâte molle	186 061	176 587	172 297	174 072	172 970	166 045	-4,0
Pâte molle à croûte fleurie	160 461	152 002	148 963	151 655	150 999	144 982	-4,0
Camembert	51 277	45 603	45 123	45 608	47 171	44 249	-6,2
Coulommiers	34 223	33 049	31 041	31 989	31 242	30 231	-3,2
Brie	26 286	23 926	24 417	24 854	24 421	23 280	-4,7
Pâte molle à croûte lavée	23 940	23 380	22 105	21 289	20 914	19 868	-5,0
Munster	3 765	3 546	3 481	3 427	3 239	3 119	-3,7
Mont d'Or	3 401	3 401	3 000	3 008	2 989	2 929	-2,0
Pâte pressée cuite	261 507	243 192	236 936	236 541	242 221	243 705	0,6
Emmental	171 960	155 924	154 212	156 565	160 779	161 321	0,3
Parmesan	11 107	11 619	11 035	11 710	12 326	12 140	-1,5
Comté	36 894	34 537	31 841	31 922	31 880	33 012	3,5
Pâte pressée non cuite	154 139	154 451	145 636	142 938	142 386	140 172	-1,6
Raclette	39 407	40 799	38 644	38 229	37 817	37 422	-1,0
Tartiflette	10 466	10 169	10 678	11 300	11 522	11 469	-0,5
Pâte persillée	23 117	22 252	21 339	21 166	20 529	19 722	-3,9
Bleu d'Auvergne	2 525	2 365	2 304	2 462	2 527	2 511	-0,6
Fourme d'Ambert	3 305	3 030	3 025	2 703	2 338	2 319	-0,8
Pâte fraiche	102 582	105 837	105 728	110 672	114 980	123 693	7,6
Pâte fraiche aromatisée	19 391	19 411	18 579	18 904	19 241	18 702	-2,8
Pâte fraiche nature	22 609	22 714	23 947	25 728	27 719	30 638	10,5
Pâte fraiche méditerranéenne	57 281	59 715	59 324	62 566	64 939	71 295	9,8
Mozzarella	39 406	40 424	41 325	43 440	45 731	50 760	11,0
Fondus	67 712	64 438	62 145	62 479	64 357	63 375	-1,5
Fromages au lait de brebis	**33 942**	**31 825**	**29 176**	**27 878**	**26 976**	**28 526**	**5,7**
Pâte molle	3 485	3 362	3 122	2 794	2 645	2 756	4,2
Pâte pressée cuite	865	885	829	759	715	728	1,8
Pâte pressée non cuite	11 719	11 306	9 939	9 290	9 090	9 127	0,4
Ossau Iraty	2 807	2 713	2 456	2 169	2 230	2 101	-5,8
Autres Pyrénées	2 842	2 661	2 390	2 310	2 312	2 596	12,3
Pâte persillée	9 122	8 549	7 596	7 354	6 541	6 538	0,0
Roquefort	8 786	8 157	7 288	7 073	6 288	6 332	0,7
Pâte fraiche	8 155	7 061	7 001	7 117	7 463	8 823	18,2
Fêta et assimilés	7 592	6 627	6 645	6 769	6 998	8 375	19,7
Fondus	597	661	689	564	523	555	6,1
Fromages au lait de chèvre	**65 747**	**63 915**	**60 549**	**61 162**	**61 307**	**61 028**	**-0,5**
Frais	10 946	10 928	10 617	10 737	10 748	11 130	3,6
Affinés	53 525	51 458	48 227	48 715	48 897	48 328	-1,2
Bûchettes affinées	39 193	37 946	35 539	36 400	37 537	36 803	-2,0
Autres affinés (hors pyramides, boîtes rondes, crottins et palets)	5 340	4 658	4 176	4 249	3 646	4 038	10,7
Fromages mixtes et indéterminés	**3 548**	**5 330**	**6 007**	**6 623**	**6 899**	**7 991**	**15,8**

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

2.4. Évolution par produit du prix moyen (€/l ou €/kg)

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Lait conditionné	**0,90**	**0,91**	**0,97**	**1,14**	**1,17**	**1,17**	**0,5**
Lait de vache	0,90	0,91	0,97	1,13	1,16	1,17	0,5
Lait de chèvre	2,02	2,01	2,08	2,46	2,56	2,54	-0,8
Lait biologique	1,14	1,15	1,20	1,34	1,37	1,38	0,6
Lait non biologique	0,88	0,89	0,95	1,12	1,15	1,16	0,5
Lait frais et fermenté	1,24	1,25	1,33	1,53	1,59	1,62	2,2
Lait longue conservation	0,89	0,90	0,96	1,13	1,15	1,16	0,4
Lait écrémé	0,94	0,93	1,00	1,16	1,19	1,17	-1,8
Lait demi-écrémé	0,86	0,87	0,94	1,10	1,13	1,14	0,6
Lait entier	1,16	1,14	1,19	1,35	1,36	1,36	0,0
Lait standard	0,84	0,84	0,90	1,07	1,09	1,09	0,4
Lait spécifique	1,28	1,22	1,28	1,43	1,46	1,43	-2,1

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Crème conditionnée	**3,65**	**3,63**	**3,88**	**4,48**	**4,51**	**4,51**	**-0,1**
Crème à moins de 30 % de matière grasse	3,17	3,13	3,34	3,87	3,86	3,84	-0,7
Crème à plus de 30 % de matière grasse	4,08	4,09	4,41	5,11	5,19	5,20	0,2
Crème biologique	5,73	5,64	5,93	6,52	6,66	6,87	3,1
Crème non biologique	3,59	3,59	3,85	4,45	4,48	4,48	-0,1
Crème fraîche	3,42	3,40	3,65	4,16	4,20	4,21	0,2
Crème longue conservation	3,59	3,57	3,80	4,38	4,40	4,39	-0,1
Crème aérosol	7,11	7,13	7,65	9,79	9,55	9,46	-1,0

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Matières grasses solides	**7,03**	**6,99**	**7,71**	**8,81**	**8,89**	**9,13**	**2,7**
Margarine	3,47	3,35	4,02	4,61	4,27	4,22	-1,2
Matières grasses allégées	6,20	6,18	6,75	7,50	7,35	7,32	-0,4
Matières grasses allégées biologiques	8,11	8,25	8,77	10,07	10,03	9,98	-0,5
Matières grasses allégées non biologiques	6,13	6,11	6,69	7,43	7,29	7,26	-0,4
Beurre	8,06	8,00	8,83	10,16	10,38	10,74	3,4
Beurre biologique	10,03	9,87	10,26	11,28	11,66	11,97	2,7
Beurre non biologique	7,95	7,90	8,75	10,10	10,32	10,68	3,5
Beurre doux plaquette 250 g	7,59	7,45	8,45	9,54	9,76	10,33	5,8

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Produits ultra-frais	**2,58**	**2,65**	**2,76**	**3,13**	**3,16**	**3,18**	**0,6**
Au lait de brebis	5,87	5,84	5,97	6,50	6,63	6,45	-2,7
Au lait de chèvre	5,00	4,85	4,83	4,89	4,90	4,79	-2,2
Au lait de vache	2,51	2,58	2,70	3,08	3,10	3,12	0,5
Yaourts	2,18	2,27	2,38	2,71	2,74	2,79	1,6
Yaourts au lait de brebis	5,68	5,66	5,80	6,34	6,50	6,37	-2,0
Yaourts au lait de chèvre	4,75	4,56	4,53	4,65	4,58	4,45	-2,8
Yaourts au lait de vache	2,07	2,17	2,29	2,63	2,67	2,71	1,5
Yaourts biologiques	3,10	3,10	3,14	3,31	3,26	3,31	1,5
Yaourts non biologiques	2,12	2,22	2,34	2,68	2,72	2,76	1,6
Yaourts non nature	2,35	2,44	2,55	2,92	2,98	3,03	1,8
Yaourts nature	1,85	1,93	2,04	2,30	2,29	2,35	2,5
Yaourts allégés	-	-	-	-	-	-	
Yaourts non allégés	2,16	2,20	2,28	2,55	2,57	2,58	0,7
Yaourts à boire	2,50	2,56	2,65	2,99	3,06	3,08	0,8
Yaourts autres qu'à boire	2,15	2,23	2,34	2,67	2,69	2,74	1,8
Fromages frais	2,66	2,67	2,80	3,16	3,17	3,12	-1,6
Fromages frais au lait de brebis	6,13	6,12	6,21	6,83	6,77	6,49	-4,1
Fromages frais au lait de chèvre	6,34	6,35	6,44	6,54	6,85	6,73	-1,8
Fromages frais au lait de vache	2,59	2,59	2,73	3,10	3,10	3,05	-1,7
Fromages frais biologiques	4,40	4,46	4,57	5,10	5,40	5,49	1,7
Fromages frais non biologiques	2,61	2,61	2,76	3,13	3,13	3,08	-1,6
Fromages à pâte douce	2,65	2,66	2,78	3,14	3,14	3,08	-1,7
Petits suisses	2,68	2,68	2,87	3,26	3,29	3,26	-0,7
Desserts frais	3,40	3,44	3,57	4,06	4,08	4,13	1,2
Desserts frais biologiques	5,17	5,13	5,20	5,58	5,74	5,39	-6,1
Desserts frais non biologiques	3,35	3,41	3,54	4,04	4,05	4,11	1,3

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Fromages	**9,84**	**10,01**	**10,54**	**11,75**	**11,74**	**11,85**	**0,9**
À la coupe	17,24	17,84	18,28	19,89	20,68	21,09	2,0
En libre-service	8,98	9,10	9,71	10,92	10,89	10,97	0,7
En prédécoupe	13,95	14,41	15,03	16,64	17,19	17,38	1,1
Fromages au lait de vache	**9,35**	**9,53**	**10,05**	**11,25**	**11,27**	**11,36**	**0,8**
Pâte molle	8,59	8,79	9,22	10,17	10,30	10,45	1,5
Pâte molle à croûte fleurie	7,88	8,06	8,49	9,41	9,50	9,62	1,3
Camembert	7,10	7,28	7,66	8,63	8,70	8,80	1,3
Coulommiers	5,58	5,63	6,01	6,85	7,08	7,07	-0,1
Brie	8,23	8,56	8,97	9,73	9,76	9,89	1,3
Pâte molle à croûte lavée	13,16	13,41	13,99	15,42	15,87	16,25	2,4
Munster	12,70	12,90	13,17	15,14	15,64	15,68	0,2
Mont d'Or	14,89	15,52	16,38	17,82	18,59	19,30	3,8
Pâte pressée cuite	9,49	9,64	10,20	11,55	11,42	11,45	0,3
Emmental	7,54	7,52	8,09	9,32	9,21	9,16	-0,5
Parmesan	18,08	18,12	18,85	20,00	19,34	20,33	5,1
Comté	15,18	15,61	16,47	17,74	17,93	17,95	0,1
Pâte pressée non cuite	10,65	10,85	11,34	12,68	12,93	13,20	2,1
Raclette	9,91	9,97	10,41	11,60	12,03	12,31	2,3
Tartiflette	7,29	7,59	8,02	8,77	8,96	9,33	4,1
Pâte persillée	12,06	12,25	12,98	14,55	14,80	14,91	0,7
Bleu d'Auvergne	10,99	11,22	11,96	13,21	13,23	13,17	-0,5
Fourme d'Ambert	11,74	11,84	12,50	14,12	15,15	15,10	-0,3
Pâte fraiche	8,68	8,81	9,44	10,50	10,41	10,40	0,0
Pâte fraiche aromatisée	9,90	10,00	10,68	11,70	11,50	11,40	-0,9
Pâte fraiche nature	9,25	9,35	9,72	10,68	10,63	10,54	-0,9
Pâte fraiche méditerranéenne	7,55	7,71	8,38	9,55	9,54	9,69	1,5
Mozzarella	8,22	8,55	9,26	10,41	10,42	10,54	1,2
Fondus	7,92	8,12	8,73	9,96	9,93	9,94	0,1
Fromages au lait de brebis	**15,33**	**15,53**	**16,29**	**18,12**	**18,21**	**18,07**	**-0,8**
Pâte molle	16,53	16,75	17,43	19,32	19,76	20,02	1,3
Pâte pressée cuite	19,02	19,74	20,75	25,38	26,35	27,10	2,8
Pâte pressée non cuite	17,52	17,61	18,26	20,29	20,75	20,85	0,5
Ossau Iraty	17,28	17,52	18,39	21,19	21,43	21,47	0,2
Autres Pyrénées	20,24	20,98	21,69	23,90	24,06	24,57	2,1
Pâte persillée	16,23	16,62	17,91	19,64	19,48	20,01	2,7
Roquefort	16,15	16,55	17,86	19,56	19,41	19,95	2,8
Pâte fraiche	10,20	9,77	10,62	12,32	12,48	12,18	-2,4
Fêta et assimilés	9,88	9,44	10,42	12,11	12,19	11,94	-2,0
Fondus	16,06	15,80	17,21	20,02	21,21	21,92	3,3
Fromages au lait de chèvre	**12,48**	**12,54**	**13,21**	**14,32**	**14,11**	**14,32**	**1,5**
Frais	14,10	13,95	14,31	15,07	15,10	15,40	1,9
Affinés	12,16	12,22	12,92	14,12	13,85	14,02	1,2
Bûchettes affinées	9,64	9,57	10,31	11,42	11,29	11,39	0,9
Autres affinés (hors pyramides, boîtes rondes, crottins et palets)	19,25	19,43	20,02	21,18	21,99	21,70	-1,3
Fromages mixtes et indéterminés	**17,64**	**16,07**	**16,07**	**17,34**	**17,22**	**17,37**	**0,9**

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

2.5. Évolution par produit du taux de pénétration (%)

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Lait conditionné	**97,6**	**97,5**	**97,3**	**96,9**	**96,6**	**96,4**	**-0,2**
Lait de vache	97,5	97,4	97,2	96,9	96,6	96,4	-0,2
Lait de chèvre	2,8	2,6	2,1	2,0	2,0	2,1	4,7
Lait biologique	36,7	33,9	34,4	31,0	26,9	26,9	0,0
Lait non biologique	95,5	95,0	94,9	95,1	94,9	94,6	-0,3
Lait frais et fermenté	21,2	18,3	16,7	16,3	16,1	16,5	2,7
Lait longue conservation	97,1	96,8	96,6	96,3	95,9	95,8	-0,2
Lait écrémé	21,1	15,4	15,3	15,4	15,1	15,4	1,7
Lait demi-écrémé	94,7	93,7	93,8	93,1	92,9	92,1	-0,8
Lait entier	31,7	30,7	29,3	30,3	29,2	30,2	3,3
Lait standard	95,7	95,0	94,5	94,2	93,3	92,6	-0,7
Lait spécifique	46,2	47,8	48,9	48,6	48,0	49,0	2,2

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Crème conditionnée	**95,7**	**95,8**	**95,6**	**95,6**	**95,8**	**95,6**	**-0,2**
Crème à moins de 30 % de matière grasse	82,8	81,3	81,8	82,3	82,1	81,7	-0,5
Crème à plus de 30 % de matière grasse	83,2	82,6	81,1	80,7	79,4	79,0	-0,5
Crème biologique	15,6	12,9	11,9	9,9	8,3	7,9	-5,8
Crème non biologique	95,2	95,3	95,1	95,2	95,5	95,2	-0,3
Crème fraîche	81,7	81,1	80,4	80,7	80,5	79,2	-1,6
Crème longue conservation	81,3	80,5	79,5	80,1	79,9	80,2	0,4
Crème aérosol	39,6	40,5	40,8	39,8	40,3	39,9	-1,0

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Matières grasses solides	**99,2**	**98,9**	**98,9**	**98,6**	**98,5**	**98,2**	**-0,3**
Margarine	39,8	37,2	35,2	31,4	28,7	27,4	-4,5
Matières grasses allégées	67,9	65,0	69,4	73,9	72,2	69,4	-4,0
Matières grasses allégées biologiques	6,8	6,3	6,0	5,3	4,1	3,7	-10,3
Matières grasses allégées non biologiques	66,6	63,7	68,3	72,9	71,6	68,7	-4,0
Beurre	94,1	93,7	92,7	91,1	90,1	89,1	-1,1
Beurre biologique	17,9	16,5	17,7	17,0	15,6	15,4	-1,6
Beurre non biologique	93,1	92,5	91,7	90,2	89,4	88,2	-1,3
Beurre doux plaquette 250 g	67,1	62,6	61,0	59,2	58,5	55,7	-4,8

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Produits ultra-frais	**99,5**	**99,5**	**99,5**	**99,6**	**99,4**	**99,4**	**0,0**
Au lait de brebis	21,9	21,8	20,4	19,3	17,8	18,5	4,1
Au lait de chèvre	15,1	14,1	13,2	12,4	12,0	11,9	-1,1
Au lait de vache	99,4	99,4	99,4	99,5	99,3	99,3	0,0
Yaourts	97,2	97,5	97,3	97,3	97,3	97,5	0,2
Yaourts au lait de brebis	19,3	19,3	17,7	16,7	15,0	15,8	5,0
Yaourts au lait de chèvre	13,3	12,3	11,6	11,1	10,3	10,5	1,9
Yaourts au lait de vache	96,5	96,9	96,9	97,0	96,9	97,1	0,2
Yaourts biologiques	36,0	34,9	33,5	31,1	28,2	29,2	3,6
Yaourts non biologiques	96,2	96,7	96,7	96,9	96,8	97,0	0,2
Yaourts non nature	91,3	91,9	92,0	91,6	91,5	91,2	-0,3
Yaourts nature	81,4	79,9	79,8	81,0	81,1	82,5	1,7
Yaourts allégés	-	-	-	-	-	-	
Yaourts non allégés	96,6	96,8	96,5	96,3	96,1	96,4	0,3
Yaourts à boire	37,4	40,8	42,4	41,5	42,7	42,0	-1,5
Yaourts autres qu'à boire	96,8	96,9	96,6	96,6	96,7	96,8	0,2
Fromages frais	90,8	90,2	89,5	89,6	88,7	88,4	-0,3
Fromages frais au lait de brebis	7,7	7,8	7,4	7,3	7,4	7,8	5,1
Fromages frais au lait de chèvre	4,9	4,9	4,1	3,7	3,5	3,4	-4,8
Fromages frais au lait de vache	90,1	89,5	88,8	88,9	87,9	87,6	-0,4
Fromages frais biologiques	15,6	15,5	12,5	10,3	9,2	8,8	-3,7
Fromages frais non biologiques	90,0	89,2	88,9	88,9	88,1	87,9	-0,3
Fromages à pâte douce	86,3	86,3	85,4	85,1	83,6	83,6	0,0
Petits suisses	53,0	49,6	50,1	50,6	50,0	50,5	0,9
Desserts frais	91,6	91,8	91,6	91,8	91,4	90,7	-0,8
Desserts frais biologiques	18,5	18,4	16,8	12,8	11,1	11,0	-1,1
Desserts frais non biologiques	90,9	91,3	91,2	91,4	91,0	90,3	-0,8

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Fromages	**99,8**	**99,9**	**99,9**	**99,9**	**99,9**	**99,7**	**-0,2**
À la coupe	44,6	42,9	40,6	39,5	38,0	37,0	-2,7
En libre-service	99,8	99,9	99,9	99,8	99,8	99,7	-0,2
En prédécoupe	69,8	69,6	65,4	65,8	65,1	65,7	1,0
Fromages au lait de vache	**99,8**	**99,9**	**99,8**	**99,8**	**99,8**	**99,7**	**-0,1**
Pâte molle	94,2	94,2	93,7	94,3	92,7	92,1	-0,6
Pâte molle à croûte fleurie	92,8	92,8	92,2	92,9	91,3	90,8	-0,6
Camembert	68,8	66,7	65,1	66,9	66,5	64,5	-3,0
Coulommiers	44,4	42,8	42,1	42,9	40,6	39,9	-1,7
Brie	55,5	54,3	54,5	55,0	52,6	50,9	-3,2
Pâte molle à croûte lavée	58,4	57,9	56,1	55,0	53,8	50,9	-5,4
Munster	16,4	16,7	16,5	16,4	14,5	14,0	-3,3
Mont d'Or	12,0	12,1	10,3	9,9	9,8	9,2	-5,9
Pâte pressée cuite	98,9	98,9	98,8	98,8	98,8	98,4	-0,3
Emmental	96,0	95,7	95,9	95,7	95,1	95,4	0,3
Parmesan	55,7	55,9	55,1	57,3	57,0	57,4	0,7
Comté	63,7	63,0	60,7	61,9	63,2	63,6	0,5
Pâte pressée non cuite	94,9	94,6	94,3	94,1	94,1	94,3	0,2
Raclette	63,3	63,4	62,6	61,9	63,0	63,6	0,9
Tartiflette	28,3	28,4	27,9	29,3	30,1	29,6	-1,7
Pâte persillée	56,1	56,6	55,5	55,5	53,9	53,6	-0,6
Bleu d'Auvergne	20,8	20,4	19,3	21,2	20,8	20,5	-1,7
Fourme d'Ambert	18,2	18,7	17,6	16,2	15,0	16,0	6,4
Pâte fraiche	92,7	93,1	93,3	93,7	93,9	94,4	0,6
Pâte fraiche aromatisée	66,1	66,6	64,8	66,3	65,9	65,0	-1,4
Pâte fraiche nature	56,2	56,9	57,6	60,8	62,1	65,8	5,9
Pâte fraiche méditerranéenne	77,7	79,1	79,4	80,0	81,0	83,5	3,1
Mozzarella	68,5	70,1	71,7	72,6	74,1	77,1	4,1
Fondus	81,8	82,4	81,9	82,7	81,7	81,3	-0,5
Fromages au lait de brebis	**74,9**	**74,8**	**71,7**	**70,8**	**70,3**	**70,7**	**0,6**
Pâte molle	23,6	22,1	21,0	19,4	18,2	17,8	-2,3
Pâte pressée cuite	8,9	9,8	9,3	8,7	7,9	8,2	4,0
Pâte pressée non cuite	38,5	37,9	36,2	35,0	33,3	34,4	3,2
Ossau Iraty	17,7	17,8	16,0	15,2	15,1	15,1	-0,2
Autres Pyrénées	15,7	13,4	13,2	12,8	12,5	14,0	11,5
Pâte persillée	47,5	46,2	41,0	40,8	38,0	36,6	-3,9
Roquefort	46,1	44,7	39,3	39,3	36,8	35,5	-3,5
Pâte fraiche	34,5	32,2	31,6	32,1	34,0	37,9	11,6
Fêta et assimilés	31,5	30,3	30,1	30,7	31,9	35,7	12,0
Fondus	7,1	7,6	6,9	6,0	5,8	5,5	-5,8
Fromages au lait de chèvre	**85,7**	**85,4**	**84,3**	**84,2**	**84,2**	**83,2**	**-1,2**
Frais	49,5	47,8	46,6	46,7	46,1	46,4	0,5
Affinés	81,7	81,4	79,8	80,1	79,7	78,6	-1,4
Bûchettes affinées	71,4	70,5	69,1	70,1	69,2	69,2	-0,1
Autres affinés (hors pyramides, boîtes rondes, crottins et palets)	27,4	26,8	25,1	23,7	21,5	23,6	9,8
Fromages mixtes et indéterminés	**22,9**	**32,4**	**38,2**	**40,1**	**39,6**	**42,8**	**8,0**

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

2.6. Évolution par circuit de distribution

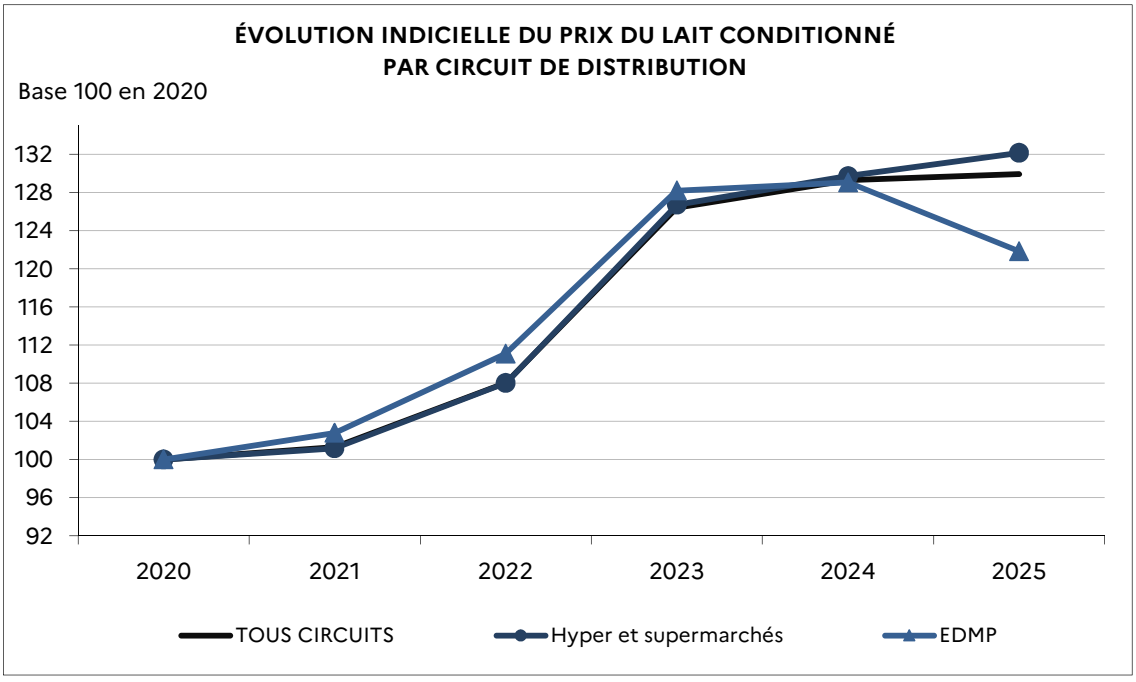
2.6.1. Le lait conditionné

LAIT CONDITIONNÉ	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (1 000 l)	2 346 306	2 201 281	2 141 717	2 075 873	2 022 604	1 979 609	-2,1%
Valeur (k€)	2 115 912	2 010 995	2 086 935	2 366 315	2 358 296	2 319 451	-1,6%
Prix moyen (€/l)	0,90	0,91	0,97	1,14	1,17	1,17	0,5%
Hyper et supermarchés							
Quantités achetées (1 000 l)	1 585 758	1 494 896	1 472 105	1 414 437	1 356 350	1 297 589	-4,3%
Valeur (k€)	1 437 586	1 371 035	1 441 663	1 624 959	1 595 118	1 554 522	-2,5%
Prix moyen (€/l)	0,91	0,92	0,98	1,15	1,18	1,20	1,9%
EDMP							
Quantités achetées (1 000 l)	285 574	252 851	230 379	226 073	235 348	244 318	3,8%
Valeur (k€)	233 537	212 494	209 310	237 000	248 380	243 420	-2,0%
Prix moyen (€/l)	0,82	0,84	0,91	1,05	1,06	1,00	-5,6%

LAIT CONDITIONNÉ	2020	2021	2022	2023	2024	2025	25-24
Hyper et supermarchés							
Part de marché en volume	67,6%	67,9%	68,7%	68,1%	67,1%	65,5%	-1,5pt
Part de marché en valeur	67,9%	68,2%	69,1%	68,7%	67,6%	67,0%	-0,6pt
Écart / prix moyen	0,5%	0,4%	0,5%	0,8%	0,9%	2,2%	1,4pt
EDMP							
Part de marché en volume	12,2%	11,5%	10,8%	10,9%	11,6%	12,3%	0,7pt
Part de marché en valeur	11,0%	10,6%	10,0%	10,0%	10,5%	10,5%	0,0pt
Écart / prix moyen	-9,3%	-8,0%	-6,8%	-8,0%	-9,5%	-15,0%	-5,5pt

k€ : milliers d'euros

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

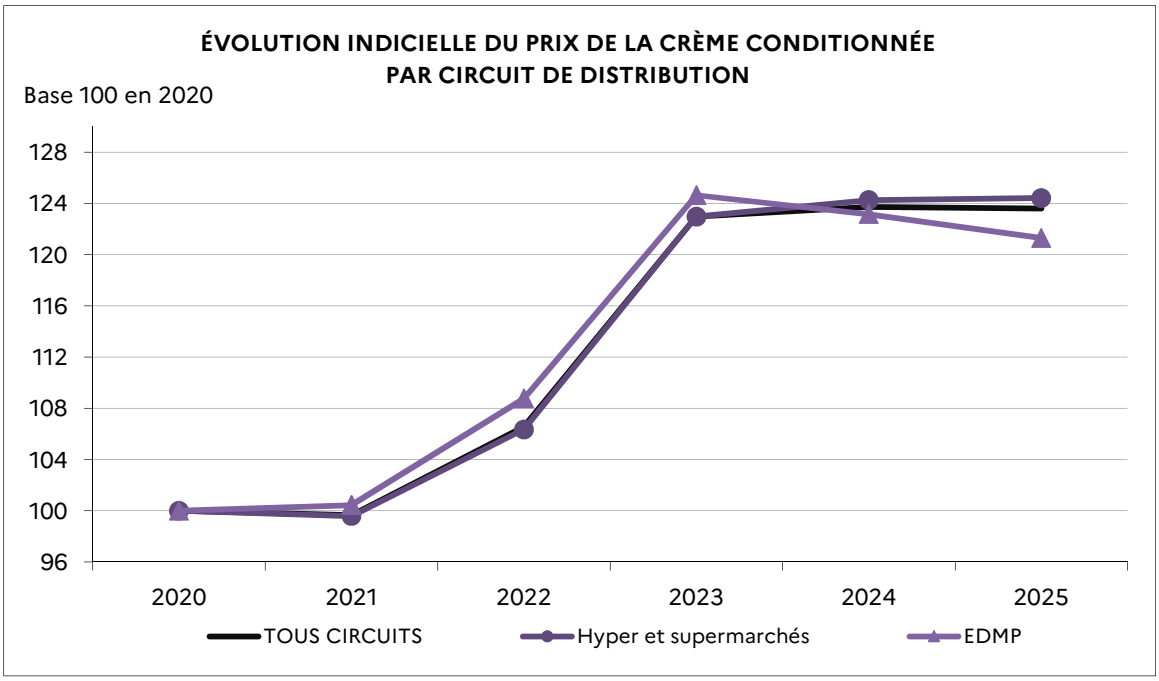
2.6.2. La crème conditionnée

CRÈME CONDITIONNÉE	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	278 817	268 260	257 927	264 975	267 358	266 335	-0,4%
Valeur (k€)	1 016 319	974 507	1 001 889	1 187 808	1 205 665	1 199 897	-0,5%
Prix moyen (€/kg)	3,65	3,63	3,88	4,48	4,51	4,51	-0,1%
Hyper et supermarchés							
Quantités achetées (tonnes)	186 664	179 582	171 506	176 327	174 435	169 635	-2,8%
Valeur (k€)	698 386	669 033	682 386	811 253	810 984	789 640	-2,6%
Prix moyen (€/kg)	3,74	3,73	3,98	4,60	4,65	4,65	0,1%
EDMP							
Quantités achetées (tonnes)	42 650	38 754	38 971	37 459	39 127	39 582	1,2%
Valeur (k€)	129 672	118 350	128 863	141 950	146 517	145 975	-0,4%
Prix moyen (€/kg)	3,04	3,05	3,31	3,79	3,74	3,69	-1,5%

CRÈME CONDITIONNÉE	2020	2021	2022	2023	2024	2025	25-24
Hyper et supermarchés							
Part de marché en volume	66,9%	66,9%	66,5%	66,5%	65,2%	63,7%	-1,6pt
Part de marché en valeur	68,7%	68,7%	68,1%	68,3%	67,3%	65,8%	-1,5pt
Écart / prix moyen	2,6%	2,6%	2,4%	2,6%	3,1%	3,3%	0,2pt
EDMP							
Part de marché en volume	15,3%	14,4%	15,1%	14,1%	14,6%	14,9%	0,2pt
Part de marché en valeur	12,8%	12,1%	12,9%	12,0%	12,2%	12,2%	0,0pt
Écart / prix moyen	-16,6%	-15,9%	-14,9%	-15,5%	-17,0%	-18,1%	-1,2pt

k€ : milliers d'euros

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

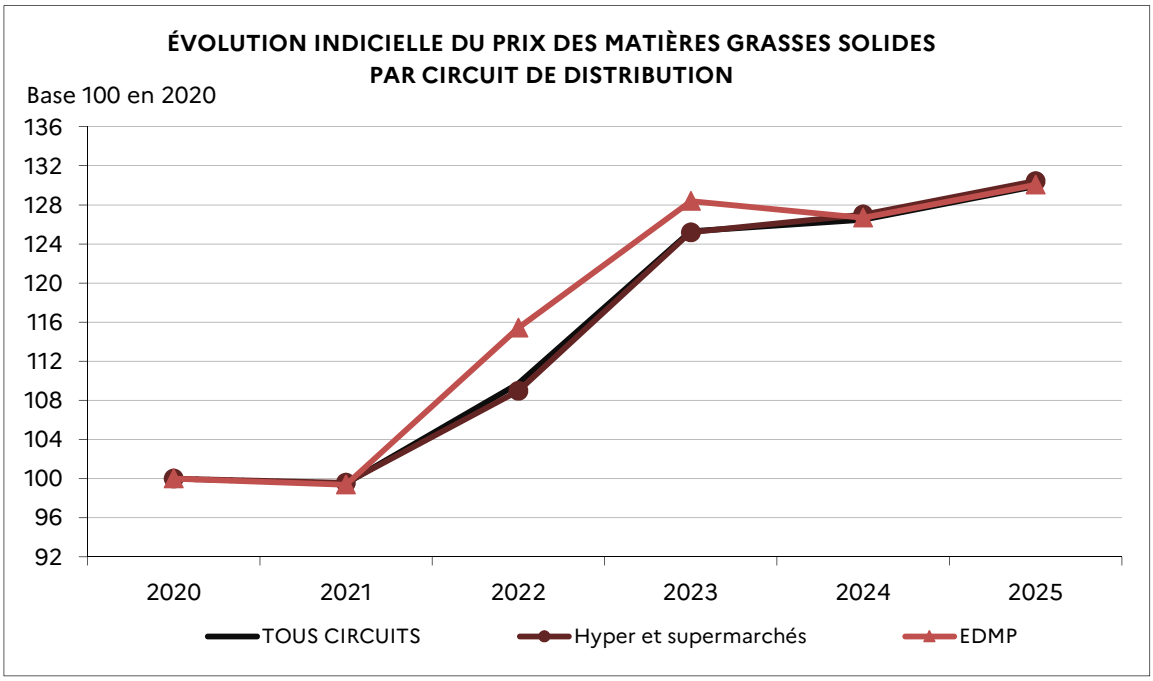
2.6.3. Les matières grasses solides

MATIÈRES GRASSES SOLIDES	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	291 403	272 836	259 464	255 665	252 417	244 178	-3,3%
Valeur (k€)	2 048 419	1 908 255	2 001 228	2 251 868	2 244 389	2 229 918	-0,6%
Prix moyen (€/kg)	7,03	6,99	7,71	8,81	8,89	9,13	2,7%
Hyper et supermarchés							
Quantités achetées (tonnes)	202 949	190 750	184 004	180 578	175 861	167 821	-4,6%
Valeur (k€)	1 440 624	1 348 326	1 423 305	1 604 806	1 585 470	1 553 737	-2,0%
Prix moyen (€/kg)	7,10	7,07	7,74	8,89	9,02	9,26	2,7%
EDMP							
Quantités achetées (tonnes)	39 269	36 885	32 943	32 287	33 014	31 294	-5,2%
Valeur (k€)	234 567	218 954	227 142	247 590	249 840	243 089	-2,7%
Prix moyen (€/kg)	5,97	5,94	6,89	7,67	7,57	7,77	2,6%

MATIÈRES GRASSES SOLIDES	2020	2021	2022	2023	2024	2025	25-24
Hyper et supermarchés							
Part de marché en volume	69,6%	69,9%	70,9%	70,6%	69,7%	68,7%	-0,9pt
Part de marché en valeur	70,3%	70,7%	71,1%	71,3%	70,6%	69,7%	-1,0pt
Écart / prix moyen	1,0%	1,1%	0,3%	0,9%	1,4%	1,4%	0,0pt
EDMP							
Part de marché en volume	13,5%	13,5%	12,7%	12,6%	13,1%	12,8%	-0,3pt
Part de marché en valeur	11,5%	11,5%	11,4%	11,0%	11,1%	10,9%	-0,2pt
Écart / prix moyen	-15,0%	-15,1%	-10,6%	-12,9%	-14,9%	-14,9%	-0,1pt

k€ : milliers d'euros

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

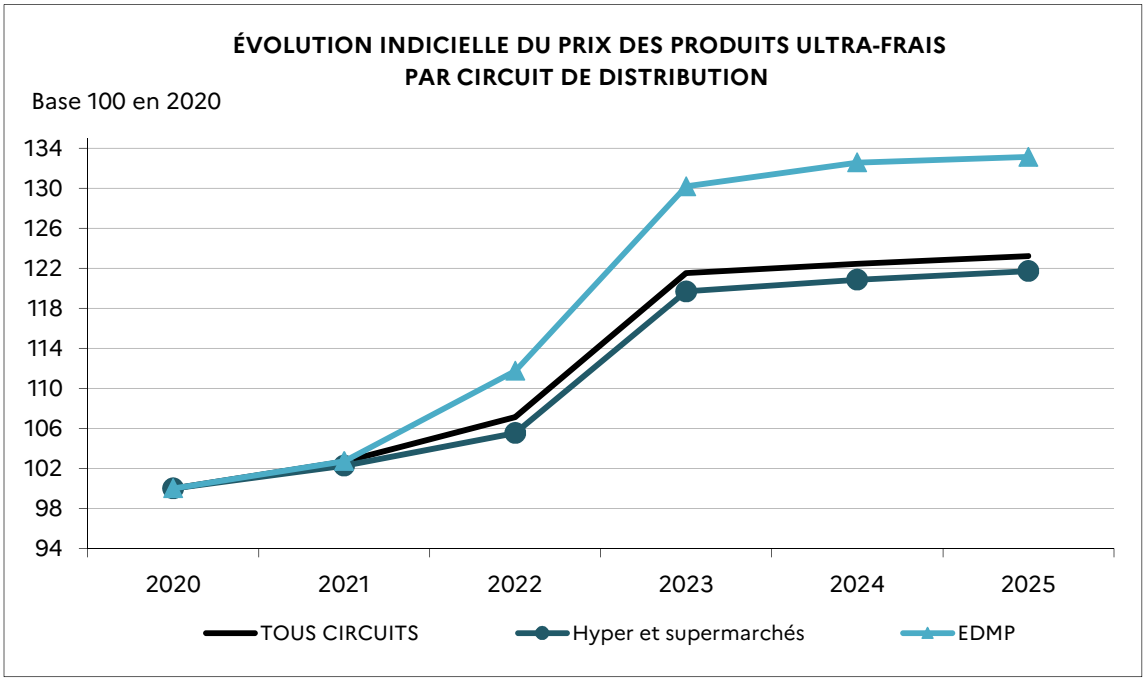
2.6.4. Les produits ultra-frais

ULTRA FRAIS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	1 749 824	1 691 858	1 667 719	1 649 726	1 667 749	1 689 963	1,3%
Valeur (k€)	4 509 584	4 476 829	4 604 406	5 167 403	5 263 447	5 367 370	2,0%
Prix moyen (€/kg)	2,58	2,65	2,76	3,13	3,16	3,18	0,6%
Hyper et supermarchés							
Quantités achetées (tonnes)	1 187 485	1 151 631	1 133 981	1 125 578	1 114 675	1 109 056	-0,5%
Valeur (k€)	3 154 043	3 128 477	3 178 951	3 578 401	3 578 520	3 585 835	0,2%
Prix moyen (€/kg)	2,66	2,72	2,80	3,18	3,21	3,23	0,7%
En EDMP							
Quantités achetées (tonnes)	242 557	226 739	218 873	212 140	228 868	232 277	1,5%
Valeur (k€)	474 325	455 413	478 283	540 113	593 369	604 749	1,9%
Prix moyen (€/kg)	1,96	2,01	2,19	2,55	2,59	2,60	0,4%

ULTRA FRAIS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	25-24
Hyper et supermarchés							
Part de marché en volume	67,9%	68,1%	68,0%	68,2%	66,8%	65,6%	-1,2pt
Part de marché en valeur	69,9%	69,9%	69,0%	69,2%	68,0%	66,8%	-1,2pt
Écart / prix moyen	3,1%	2,7%	1,5%	1,5%	1,7%	1,8%	0,1pt
En EDMP							
Part de marché en volume	13,9%	13,4%	13,1%	12,9%	13,7%	13,7%	0,0pt
Part de marché en valeur	10,5%	10,2%	10,4%	10,5%	11,3%	11,3%	0,0pt
Écart / prix moyen	-24,1%	-24,1%	-20,9%	-18,7%	-17,9%	-18,0%	-0,2pt

k€ : milliers d'euros

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

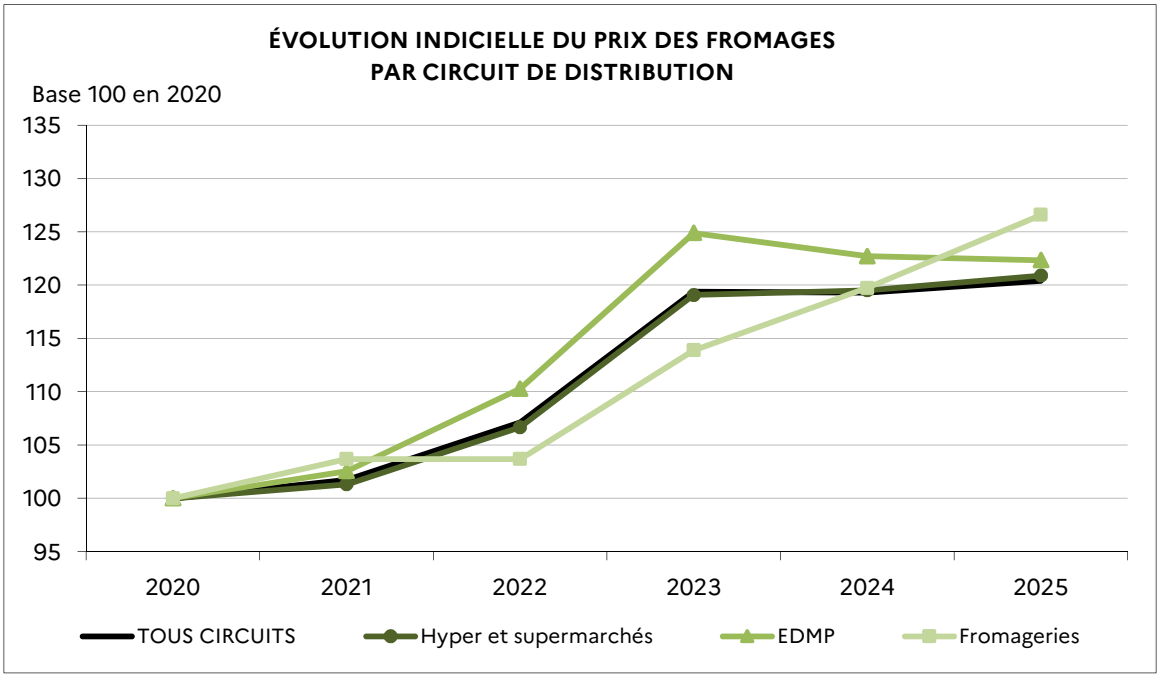
2.6.5. Les fromages

FROMAGES	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Quantités achetées (tonnes)	899 629	868 641	840 658	844 229	853 332	855 154	0,2%
Valeur (k€)	8 852 779	8 695 504	8 861 396	9 917 492	10 018 305	10 133 273	1,1%
Prix moyen (€/kg)	9,84	10,01	10,54	11,75	11,74	11,85	0,9%
Hyper et supermarchés							
Quantités achetées (tonnes)	582 234	560 937	543 555	544 807	537 882	532 886	-0,9%
Valeur (k€)	5 687 624	5 550 984	5 664 256	6 336 882	6 279 556	6 292 934	0,2%
Prix moyen (€/kg)	9,77	9,90	10,42	11,63	11,67	11,81	1,2%
EDMP							
Quantités achetées (tonnes)	131 782	124 072	120 518	118 003	123 413	125 473	1,7%
Valeur (k€)	1 027 867	992 376	1 036 562	1 149 410	1 181 155	1 197 203	1,4%
Prix moyen (€/kg)	7,80	8,00	8,60	9,74	9,57	9,54	-0,3%
Fromageries							
Quantités achetées (tonnes)	9 119	9 005	8 079	7 999	7 304	8 059	10,3%
Valeur (k€)	168 999	173 048	155 261	168 850	162 085	189 060	16,6%
Prix moyen (€/kg)	18,53	19,22	19,22	21,11	22,19	23,46	5,7%

FROMAGES	2020	2021	2022	2023	2024	2025	25-24
Hyper et supermarchés							
Part de marché en volume	64,7%	64,6%	64,7%	64,5%	63,0%	62,3%	-0,7pt
Part de marché en valeur	64,2%	63,8%	63,9%	63,9%	62,7%	62,1%	-0,6pt
Écart / prix moyen	-0,7%	-1,1%	-1,1%	-1,0%	-0,6%	-0,3%	0,2pt
EDMP							
Part de marché en volume	14,6%	14,3%	14,3%	14,0%	14,5%	14,7%	0,2pt
Part de marché en valeur	11,6%	11,4%	11,7%	11,6%	11,8%	11,8%	0,0pt
Écart / prix moyen	-20,7%	-20,1%	-18,4%	-17,1%	-18,5%	-19,5%	-1,0pt
Fromageries							
Part de marché en volume	1,0%	1,0%	1,0%	0,9%	0,9%	0,9%	0,1pt
Part de marché en valeur	1,9%	2,0%	1,8%	1,7%	1,6%	1,9%	0,2pt
Écart / prix moyen	88,3%	92,0%	82,3%	79,7%	89,0%	98,0%	9,0pt

k€ : milliers d'euros

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

2.7. Évolution des achats de fromages dans les fromageries (hors achats sur les marchés)

Volumes (tonnes)	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Total Fromages	**9 119**	**9 005**	**8 079**	**7 999**	**7 304**	**8 059**	**10,3**
Fromages de vache	7 548	7 390	6 837	6 723	6 151	6 699	8,9
Fromages de vache à pâte molle	1 141	1 224	974	992	1 065	1 197	12,3
dont AOP	558	610	470	493	491	705	43,6
Fromages de vache à pâte pressée cuite	2 778	2 597	2 522	2 364	2 089	2 176	4,2
dont AOP	2 263	2 184	2 035	1 907	1 683	1 820	8,1
Fromages de vache à pâte pressée non cuite	2 525	2 588	2 231	2 413	2 187	2 446	11,9
dont AOP	1 085	1 071	926	958	932	1 056	13,3
Fromages de vache à pâte persillée	604	522	500	443	487	530	8,6
dont AOP	335	318	285	251	257	272	5,8
Fromages à pâte fraîche	404	370	538	391	244	264	8,0
Fromages de brebis	523	610	414	540	433	576	32,8
dont AOP	164	184	159	183	181	169	-6,5
Fromages de chèvre	841	850	710	646	627	632	0,9
dont AOP	182	205	157	122	174	154	-11,5

Valeur (milliers d'euros)	2020	2021	2022	2023	2024	2025	%25/24
Total Fromages	**168 999**	**173 048**	**155 261**	**168 850**	**162 085**	**189 060**	**16,6**
Fromages de vache	130 318	132 352	122 061	132 583	128 955	147 632	14,5
Fromages de vache à pâte molle	21 652	23 725	18 906	21 024	22 664	27 980	23,5
dont AOP	11 668	12 429	10 022	11 382	11 738	17 112	45,8
Fromages de vache à pâte pressée cuite	52 760	49 684	49 251	49 425	45 742	48 251	5,5
dont AOP	43 462	42 441	41 448	40 191	37 719	41 158	9,1
Fromages de vache à pâte pressée non cuite	42 475	45 431	39 358	47 168	46 534	54 890	18,0
dont AOP	18 547	18 535	15 813	17 800	18 637	21 881	17,4
Fromages de vache à pâte persillée	8 458	8 599	8 471	8 641	9 683	10 861	12,2
dont AOP	5 051	5 232	4 756	4 933	5 076	5 283	4,1
Fromages à pâte fraîche	3 580	3 493	4 888	4 210	3 129	4 039	29,1
Fromages de brebis	13 346	15 740	11 642	15 559	12 130	17 099	41,0
dont AOP	4 836	5 091	4 878	5 970	5 217	5 054	-3,1
Fromages de chèvre	21 606	21 910	19 409	18 356	18 630	20 993	12,7
dont AOP	5 579	5 299	4 702	3 604	5 344	5 700	6,7

Prix moyen d'achat (€/kg)	2019	2020	2021	2022	2023	2024	%24/23
Total Fromages	**18,5**	**19,2**	**19,2**	**21,1**	**22,2**	**23,5**	**5,7**
Fromages de vache	17,3	17,9	17,9	19,7	21,0	22,0	5,1
Fromages de vache à pâte molle	19,0	19,4	19,4	21,2	21,3	23,4	9,9
dont AOP	20,9	20,4	21,3	23,1	23,9	24,3	1,5
Fromages de vache à pâte pressée cuite	19,0	19,1	19,5	20,9	21,9	22,2	1,3
dont AOP	19,2	19,4	20,4	21,1	22,4	22,6	0,9
Fromages de vache à pâte pressée non cuite	16,8	17,6	17,6	19,5	21,3	22,4	5,5
dont AOP	17,1	17,3	17,1	18,6	20,0	20,7	3,6
Fromages de vache à pâte persillée	14,0	16,5	16,9	19,5	19,9	20,5	3,2
dont AOP	15,1	16,5	16,7	19,6	19,8	19,4	-1,6
Fromages à pâte fraîche	8,9	9,4	9,1	10,8	12,8	15,3	19,5
Fromages de brebis	25,5	25,8	28,1	28,8	28,0	29,7	6,1
dont AOP	29,4	27,6	30,8	32,5	28,8	29,9	3,6
Fromages de chèvre	25,7	25,8	27,3	28,4	29,7	33,2	11,7
dont AOP	30,6	25,8	30,0	29,5	30,7	37,0	20,6

Taux de pénétration (%)	2020	2021	2022	2023	2024	2025	25/24
Total Fromages	**6,8**	**6,8**	**6,1**	**5,7**	**5,7**	**6,7**	**1,0**
Fromages de vache	6,4	6,4	5,9	5,3	5,4	6,3	0,9
Fromages de vache à pâte molle	3,9	3,5	3,5	2,9	3,0	3,3	0,3
dont AOP	2,7	2,3	2,4	2,1	2,1	2,5	0,4
Fromages de vache à pâte pressée cuite	4,2	4,3	3,7	3,4	3,4	3,8	0,5
dont AOP	3,7	3,8	3,3	2,9	3,1	3,5	0,4
Fromages de vache à pâte pressée non cuite	4,5	4,6	4,3	3,9	4,0	4,5	0,4
dont AOP	3,1	2,9	2,8	2,6	2,6	2,8	0,2
Fromages de vache à pâte persillée	2,1	2,2	2,2	1,7	2,0	2,0	0,0
dont AOP	1,6	1,7	1,5	1,2	1,4	1,2	-0,2
Fromages à pâte fraîche	0,9	1,0	0,9	0,9	0,7	1,1	0,4
Fromages de brebis	2,2	2,3	2,0	2,1	2,0	2,2	0,2
dont AOP	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	0,1
Fromages de chèvre	3,5	3,4	3,0	2,6	2,7	3,1	0,4
dont AOP	1,5	1,4	1,0	0,9	1,1	1,2	0,2

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

3. STRUCTURE DU MARCHÉ FRANÇAIS EN 2025

3.1. Données quantitatives par type de produit

3.1.1. Le lait conditionné

2025	Quantités achetées (1 000 l)	Sommes dépensées (1 000 €)	Prix moyen (€/l)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (l)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
LAIT CONDITIONNÉ	**1 979 609**	**2 319 451**	**1,17**	**96,4**	**16,3**	**70,1**	**82,1**	**4,3**	**5,0**	**98,1**
Lait de vache	1 971 750	2 297 295	1,17	96,4	16,2	69,8	81,4	4,3	5,0	98,1
Lait de chèvre	5 977	15 182	2,54	2,1	4,2	9,9	25,2	2,4	6,0	93,0
Lait biologique	222 215	338 125	1,52	41,0	6,9	18,5	28,1	2,7	4,1	94,1
Lait non biologique	1 870 862	2 188 803	1,17	95,5	15,6	66,9	78,2	4,3	5,0	98,3
Lait frais et fermenté	47 923	77 661	1,62	16,5	7,1	9,9	16,0	1,4	2,3	90,6
Lait longue conservation	1 925 709	2 226 636	1,16	95,8	15,3	68,6	79,3	4,5	5,2	98,4
Lait écrémé	91 064	106 368	1,17	15,4	5,7	20,2	23,6	3,5	4,1	98,4
Lait demi-écrémé	1 677 066	1 906 283	1,14	92,1	13,5	62,1	70,6	4,6	5,2	98,5
Lait entier	157 579	213 983	1,36	30,2	5,8	17,8	24,2	3,1	4,2	96,7
Lait standard	1 566 557	1 711 954	1,09	92,6	13,3	57,7	63,1	4,3	4,8	98,2
Lait spécifique	359 152	514 682	1,43	49,0	5,4	25,0	35,9	4,6	6,6	98,9

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

3.1.2. La crème conditionnée

2025	Quantités achetées (tonnes)	Sommes dépensées (1 000 €)	Prix moyen (€/kg)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (kg)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
CRÈME CONDITIONNÉE	**266 335**	**1 199 897**	**4,51**	**95,6**	**15,1**	**9,5**	**42,8**	**0,6**	**2,8**	**97,6**
Moins de 30 % MG	135 691	520 641	3,84	81,7	9,3	5,7	21,7	0,6	2,3	99,0
30 % MG et plus	130 644	679 256	5,20	79,0	9,5	5,6	29,3	0,6	3,1	96,6
Crème biologique	3 156	21 682	6,87	7,9	3,5	1,4	9,4	0,4	2,7	88,7
Crème non biologique	263 179	1 178 215	4,48	95,2	14,9	9,4	42,2	0,6	2,8	97,8
Crème fraîche	117 077	492 726	4,21	79,2	10,6	5,0	21,2	0,5	2,0	96,6
Crème longue conservation	139 089	611 016	4,39	80,2	7,6	5,9	26,0	0,8	3,4	98,8
Crème aérosol	10 169	96 155	9,46	39,9	2,8	0,9	8,2	0,3	2,9	95,2

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

3.1.3. Les matières grasses solides

2025	Quantités achetées (tonnes)	Sommes dépensées (1 000 €)	Prix moyen (€/kg)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (kg)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
MATIÈRES GRASSES SOLIDES	**244 178**	**2 229 918**	**9,13**	**98,2**	**18,3**	**8,5**	**77,5**	**0,5**	**4,2**	**98,1**
Margarine	22 513	94 911	4,22	27,4	4,8	2,8	11,8	0,6	2,4	97,8
Matières grasses allégées	71 918	526 465	7,32	69,4	8,4	3,5	25,9	0,4	3,1	99,4
Biologiques	1 477	14 732	9,98	3,7	4,4	1,4	13,6	0,3	3,1	98,9
Non biologiques	70 441	511 732	7,26	68,7	8,3	3,5	25,4	0,4	3,1	99,4
Beurre	149 746	1 608 542	10,74	89,1	13,7	5,7	61,6	0,4	4,5	97,7
Beurre biologique	6 780	81 129	11,97	15,4	4,4	1,5	18,0	0,3	4,1	90,9
Beurre non biologique	142 966	1 527 413	10,68	88,2	13,1	5,5	59,1	0,4	4,5	98,1
Beurre doux plaquette 250g	43 608	450 503	10,33	55,7	7,0	2,7	27,6	0,4	3,9	97,5

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

3.1.4. Les produits ultra-frais

2025	Quantités achetées (tonnes)	Sommes dépensées (1 000 €)	Prix moyen (€/kg)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (kg)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
PRODUITS ULTRA-FRAIS	**1 689 963**	**5 367 370**	**3,18**	**99,4**	**37,0**	**58,0**	**184,3**	**1,6**	**5,0**	**97,0**
Au lait de brebis	19 097	123 219	6,45	18,5	6,3	3,5	22,7	0,6	3,6	88,2
Au lait de chèvre	15 463	74 048	4,79	11,9	6,2	4,4	21,3	0,7	3,4	95,2
Au lait de vache	1 654 987	5 164 746	3,12	99,3	36,2	56,9	177,5	1,6	4,9	97,3
Yaourts	962 068	2 679 397	2,79	97,5	23,5	33,7	93,8	1,4	4,0	97,0
Au lait de brebis	13 503	86 035	6,37	15,8	5,4	2,9	18,6	0,5	3,4	86,6
Au lait de chèvre	13 325	59 285	4,45	10,5	6,0	4,3	19,2	0,7	3,2	95,6
Au lait de vache	935 164	2 533 534	2,71	97,1	22,7	32,9	89,0	1,4	3,9	97,4
Non nature	592 872	1 797 765	3,03	91,2	16,6	22,2	67,3	1,3	4,0	97,2
Nature	359 239	844 332	2,35	82,5	12,4	14,9	34,9	1,2	2,8	96,5
Biologiques	41 793	138 370	3,31	29,2	5,8	4,9	16,2	0,8	2,8	85,5
Non biologiques	920 274	2 541 027	2,76	97,0	22,4	32,4	89,4	1,4	4,0	97,6
Allégés	56 006	168 125	3,00	34,3	4,7	5,6	16,7	1,2	3,6	97,5
Non allégés	836 746	2 162 077	2,58	96,4	20,9	29,6	76,6	1,4	3,7	96,9
À boire	92 020	283 507	3,08	42,0	6,0	7,5	23,0	1,2	3,8	98,1
Autre qu'à boire	860 146	2 358 994	2,74	96,8	22,0	30,3	83,1	1,4	3,8	96,8
Fromages frais	314 528	981 164	3,12	88,4	12,5	12,1	37,9	1,0	3,0	97,2
Au lait de brebis	4 716	30 589	6,49	7,8	3,9	2,1	13,4	0,5	3,4	93,2
Au lait de chèvre	1 869	12 567	6,73	3,4	3,5	1,9	12,8	0,6	3,7	94,1
Au lait de vache	307 944	938 008	3,05	87,6	12,3	12,0	36,6	1,0	3,0	97,3
Biologiques	5 232	28 706	5,49	8,8	3,6	2,0	11,1	0,6	3,1	84,8
Non biologiques	309 296	952 458	3,08	87,9	12,3	12,0	37,0	1,0	3,0	97,5
Pâtes douces	249 734	769 728	3,08	83,6	10,5	10,2	31,4	1,0	3,0	97,0
Petits suisses	64 794	211 436	3,26	50,5	5,7	4,4	14,3	0,8	2,5	97,8
Desserts frais	413 187	1 705 271	4,13	90,7	17,9	15,6	64,2	0,9	3,6	96,9
Biologiques	6 158	33 164	5,39	11,0	3,6	1,9	10,3	0,5	2,9	81,2
Non biologiques	407 029	1 672 108	4,11	90,3	17,7	15,4	63,2	0,9	3,6	97,3

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

3.1.5. Les fromages

2025	Quantités achetées (tonnes)	Sommes dépensées (1 000 €)	Prix moyen (€/kg)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (kg)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
TOTAL FROMAGES	**855 154**	**10 133 273**	**11,85**	**99,7**	**49,0**	**29,3**	**346,8**	**0,6**	**7,1**	**90,6**
À la coupe	40 315	850 320	21,09	37,0	6,7	3,7	78,5	0,6	11,7	40,4
En libre-service	760 958	8 346 284	10,97	99,7	44,9	26,1	285,8	0,6	6,4	97,9
En prédécoupe	53 881	936 669	17,38	65,7	7,7	2,8	48,6	0,4	6,3	71,1
FROMAGES DE VACHE	**757 609**	**8 604 748**	**11,36**	**99,7**	**45,4**	**25,9**	**294,6**	**0,6**	**6,5**	**91,7**
Pâte molle	166 045	1 734 606	10,45	92,1	16,8	6,2	64,3	0,4	3,8	91,9
À croûte fleurie	144 982	1 395 199	9,62	90,8	15,3	5,5	52,5	0,4	3,4	93,0
Camembert	44 249	389 583	8,80	64,5	7,5	2,3	20,6	0,3	2,7	95,1
Coulommiers	30 231	213 823	7,07	39,9	6,2	2,6	18,3	0,4	3,0	98,1
Brie	23 280	230 143	9,89	50,9	4,8	1,6	15,4	0,3	3,2	84,6
À croûtes lavée	19 868	322 807	16,25	50,9	4,6	1,3	21,7	0,3	4,7	87,3
Munster	3 119	48 898	15,68	14,0	3,1	0,8	11,9	0,2	3,8	84,2
Mont d'Or	2 929	56 541	19,30	9,2	1,9	1,1	20,9	0,6	10,9	80,6
Pâte pressée cuite	243 705	2 791 298	11,45	98,4	22,2	8,5	96,8	0,4	4,4	92,6
Emmental	161 321	1 476 945	9,16	95,4	14,9	5,8	52,9	0,4	3,5	96,9
Parmesan	12 140	246 830	20,33	57,4	5,5	0,7	14,7	0,1	2,6	92,6
Comté	33 012	592 680	17,95	63,6	6,3	1,8	31,8	0,3	5,0	83,3
Pâte pressée non cuite	140 172	1 849 941	13,20	94,3	12,1	5,1	67,0	0,4	5,5	87,1
Bleu Auvergne	2 511	33 075	13,17	20,5	2,3	0,4	5,5	0,2	2,4	84,3
Fourme Ambert	2 319	35 015	15,10	16,0	2,2	0,5	7,5	0,2	3,4	79,1
Pâte fraîche	123 693	1 287 024	10,40	94,4	14,5	4,5	46,5	0,3	3,2	94,7
Aromatisée	18 702	213 199	11,40	65,0	4,7	1,0	11,2	0,2	2,4	95,6
Nature	30 638	322 789	10,54	65,8	5,8	1,6	16,8	0,3	2,9	96,9
Pâte fraîche méditerranéenne	71 295	690 604	9,69	83,5	9,5	2,9	28,2	0,3	3,0	93,4
Mozzarella	50 760	535 172	10,54	77,1	8,3	2,2	23,7	0,3	2,8	93,2
Fondus	63 375	629 732	9,94	81,3	7,9	2,7	26,4	0,3	3,4	98,1

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

3.1.5. Les fromages (suite)

2025	Quantités achetées (tonnes)	Sommes dépensées (1 000 €)	Prix moyen (€/kg)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (kg)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
FROMAGES DE BREBIS	**28 526**	**515 602**	**18,07**	**70,7**	**6,2**	**1,4**	**24,9**	**0,2**	**4,0**	**85,6**
Pâte molle	2 756	55 179	20,02	17,8	2,9	0,5	10,6	0,2	3,7	93,6
Pâte pressée cuite	728	19 731	27,10	8,2	2,3	0,3	8,2	0,1	3,5	74,3
Pâte pressée non cuite	9 127	190 275	20,85	34,4	3,7	0,9	18,9	0,2	5,1	75,2
Ossau Iraty	2 101	45 112	21,47	15,1	2,1	0,5	10,2	0,2	4,8	82,6
Autres Pyrénées	2 596	63 798	24,57	14,0	2,5	0,6	15,6	0,3	6,2	49,0
Pâte persillée	6 538	130 809	20,01	36,6	3,7	0,6	12,2	0,2	3,3	90,2
Roquefort	6 332	126 292	19,95	35,5	3,6	0,6	12,1	0,2	3,3	90,1
Pâte fraîche	8 823	107 439	12,18	37,9	3,1	0,8	9,7	0,3	3,1	94,9
Féta et assimilés	8 375	99 999	11,94	35,7	3,1	0,8	9,6	0,3	3,1	97,8
Fondus	555	12 169	21,92	5,5	2,5	0,3	7,6	0,1	3,1	97,8
FROMAGES DE CHÈVRE	**61 028**	**874 113**	**14,32**	**83,2**	**10,2**	**2,5**	**35,9**	**0,2**	**3,5**	**84,3**
Frais	11 130	171 366	15,40	46,4	4,1	0,8	12,6	0,2	3,1	72,9
Affinés	48 328	677 362	14,02	78,6	8,5	2,1	29,4	0,2	3,5	87,1
Bûchettes affinées	36 803	419 096	11,39	69,2	6,7	1,8	20,7	0,3	3,1	97,0
Autres fromages affinés	4 038	87 599	21,70	23,6	3,0	0,6	12,7	0,2	4,3	62,4
FROMAGES MIXTES ET INDÉTERMINÉS	**7 991**	**138 811**	**17,37**	**42,8**	**2,7**	**0,6**	**11,1**	**0,2**	**4,1**	**82,9**

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

3.2. Les parts des circuits de distribution en 2025

3.2.1. Répartition des quantités achetées par circuit de distribution

en %	TOTAL	CIRCUITS GÉNÉRALISTES	dont hyper	dont super	dont EDMP	dont proximité	dont online	CIRCUITS SPÉCIALISÉS	dont commerces traditionnels*	dont marchés et foires	dont vente directe
Lait conditionné	**100,0**	**98,2**	**45,1**	**20,5**	**12,3**	**6,3**	**14,0**	**1,8**	**0,3**	***ns***	***ns***
Lait de vache	100,0	98,2	45,0	20,5	12,4	6,3	14,1	1,8	0,3	*ns*	*ns*
Lait de chèvre	100,0	93,4	45,7	28,8	*ns*	*ns*	*ns*	6,6	*ns*	*ns*	*ns*
Lait biologique	100,0	95,4	42,2	22,2	10,0	8,5	12,5	4,6	0,1	*ns*	*ns*
Crème conditionnée	**100,0**	**98,2**	**44,2**	**19,5**	**14,9**	**6,8**	**12,8**	**1,8**	**0,9**	***ns***	**0,0**
Crème biologique	100,0	90,9	39,4	24,9	2,3	7,3	16,9	9,1	*ns*	*ns*	*ns*
Matières grasses solides	**100,0**	**98,5**	**47,2**	**21,5**	**12,8**	**6,8**	**10,2**	**1,5**	**0,6**	**0,0**	**0,1**
Margarine	100,0	98,8	43,7	18,4	22,0	4,6	10,1	1,2	*ns*	*ns*	*ns*
Matières grasses allégées	100,0	99,5	48,3	21,6	12,2	6,2	11,3	0,5	*ns*	*ns*	*ns*
Beurre	100,0	97,9	47,2	22,0	11,7	7,4	9,6	2,1	0,9	*ns*	0,1
Beurre biologique	100,0	92,3	48,8	20,6	4,7	8,4	9,9	7,7	*ns*	*ns*	*ns*
Produits ultra-frais	**100,0**	**98,0**	**44,6**	**21,0**	**13,7**	**7,8**	**10,9**	**2,0**	**0,7**	**0,0**	**0,0**
Au lait de brebis	100,0	90,4	42,5	26,8	6,6	9,1	5,4	9,6	2,0	*ns*	*ns*
Au lait de chèvre	100,0	96,7	49,7	26,7	5,0	9,0	6,3	3,3	0,9	*ns*	*ns*
Au lait de vache	100,0	98,2	44,6	20,9	13,9	7,8	11,0	1,8	0,7	0,0	0,0
Yaourts	100,0	98,0	44,6	21,0	13,7	7,7	11,0	2,0	0,7	0,0	0,0
Yaourts biologiques	100,0	91,8	40,1	23,6	6,8	11,4	9,9	8,2	0,2	*ns*	*ns*
Fromages frais	100,0	98,0	44,4	22,0	12,7	8,0	10,9	2,0	0,9	*ns*	*ns*
Fromages frais biologiques	100,0	88,1	43,3	22,4	0,0	10,6	11,8	11,9	*ns*	*ns*	*ns*
Desserts lactés	100,0	98,1	44,7	20,4	14,6	7,8	10,6	1,9	0,7	*ns*	*ns*
Desserts lactés biologiques	100,0	86,7	47,7	22,3	2,1	5,7	8,8	13,3	1,1	*ns*	*ns*
Fromages	**100,0**	**94,1**	**43,3**	**19,0**	**14,7**	**7,4**	**9,7**	**5,9**	**3,1**	**1,2**	**0,4**
Fromages de vache	100,0	94,6	43,5	18,9	15,0	7,4	9,8	5,4	2,9	1,0	0,3
Fromages de brebis	100,0	89,4	43,9	20,5	8,1	8,2	8,7	10,6	4,9	2,7	0,7
Fromages de chèvre	100,0	90,8	41,8	19,1	13,2	7,4	9,2	9,2	3,5	3,0	1,5
Fromages mixtes et indéterminés	100,0	84,7	37,1	15,4	20,0	5,8	6,3	15,3	9,1	2,3	*ns*

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

3.2.2. Répartition des sommes dépensées par circuit de distribution

en %	TOTAL	CIRCUITS GÉNÉRALISTES	dont hyper	dont super	dont EDMP	dont proximité	dont online	CIRCUITS SPÉCIALISÉS	dont commerces traditionnels*	dont marchés et foires	dont vente directe
Lait liquide conditionné	**100,0**	**98,1**	**45,8**	**21,2**	**10,5**	**6,9**	**13,7**	**1,9**	**0,4**	***ns***	***ns***
Lait de vache	100,0	98,1	45,7	21,2	10,6	6,9	13,7	1,9	0,4	*ns*	*ns*
Lait de chèvre	100,0	93,0	44,8	28,5	*ns*	*ns*	*ns*	7,0	*ns*	*ns*	*ns*
Lait biologique	100,0	94,1	41,2	23,5	8,2	9,6	11,6	5,9	0,1	*ns*	*ns*
Crème conditionnée	**100,0**	**97,6**	**45,0**	**20,8**	**12,2**	**7,7**	**11,9**	**2,4**	**1,1**	***ns***	**0,1**
Crème biologique	100,0	88,7	38,1	24,7	2,0	8,6	15,2	11,3	*ns*	*ns*	*ns*
Matières grasses solides	**100,0**	**98,1**	**47,4**	**22,2**	**10,9**	**7,7**	**9,8**	**1,9**	**0,7**	**0,0**	**0,1**
Margarine	100,0	97,8	47,6	20,2	15,3	4,8	10,0	2,2	*ns*	*ns*	*ns*
Matières grasses allégées	100,0	99,4	48,8	22,2	10,4	7,0	11,1	0,6	*ns*	*ns*	*ns*
Beurre	100,0	97,7	47,0	22,4	10,8	8,1	9,4	2,3	0,9	*ns*	0,1
Beurre biologique	100,0	90,9	47,2	20,7	4,5	9,0	9,5	9,1	*ns*	*ns*	*ns*
Produits ultra-frais	**100,0**	**97,0**	**45,2**	**21,6**	**11,3**	**8,8**	**10,1**	**3,0**	**1,3**	**0,0**	**0,1**
Au lait de brebis	100,0	88,2	42,0	27,0	4,6	9,6	5,0	11,8	2,1	*ns*	*ns*
Au lait de chèvre	100,0	95,2	49,4	26,7	3,9	9,0	6,2	4,8	1,3	*ns*	*ns*
Au lait de vache	100,0	97,3	45,2	21,4	11,5	8,8	10,3	2,7	1,2	*ns*	0,1
Yaourts	100,0	97,0	45,3	21,4	11,2	8,8	10,3	3,0	1,1	*ns*	0,1
Yaourts biologiques	100,0	85,5	37,1	23,6	4,1	12,1	8,6	14,5	0,3	*ns*	*ns*
Fromages frais	100,0	97,2	44,7	22,7	10,1	9,1	10,6	2,8	1,2	*ns*	*ns*
Fromages frais biologiques	100,0	84,8	41,2	22,0	0,0	10,4	11,1	15,2	*ns*	*ns*	*ns*
Desserts lactés	100,0	96,9	45,3	21,3	12,0	8,8	9,5	3,1	1,5	*ns*	*ns*
Desserts lactés biologiques	100,0	81,2	42,0	21,9	3,6	6,2	7,4	18,8	1,1	*ns*	*ns*
Fromages	**100,0**	**90,6**	**42,8**	**19,3**	**11,8**	**8,0**	**8,7**	**9,4**	**5,0**	**2,1**	**0,6**
Fromages de vache	100,0	91,7	43,3	19,3	12,2	8,0	8,9	8,3	4,7	1,7	0,4
Fromages de brebis	100,0	85,6	42,4	20,6	6,7	8,7	7,2	14,4	7,0	4,0	0,9
Fromages de chèvre	100,0	84,3	39,5	18,2	10,6	8,4	7,7	15,7	6,4	5,0	2,3
Fromages mixtes et indétermin	100,0	82,9	38,9	17,9	13,8	6,2	6,0	17,1	9,4	2,6	*ns*

ns : non significatif

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

3.2.3. Les prix moyens d'achat selon les circuits de distribution

en €/l ou €/kg	TOTAL	CIRCUITS GÉNÉRALISTES	dont hyper	dont super	dont EDMP	dont proximité	dont online	CIRCUITS SPÉCIALISÉS	dont commerces traditionnels*	dont marchés et foires	dont vente directe
Lait liquide conditionné	**1,2**	**1,2**	**1,2**	**1,2**	**1,0**	**1,3**	**1,1**	**1,3**	**1,5**	***ns***	***ns***
Lait de vache	1,2	1,2	1,2	1,2	1,0	1,3	1,1	1,2	1,4	*ns*	*ns*
Lait de chèvre	2,5	2,5	2,5	2,5	*ns*	*ns*	*ns*	2,7	*ns*	*ns*	*ns*
Lait biologique	1,5	1,5	1,5	1,6	1,2	1,7	1,4	1,9	1,7	*ns*	*ns*
Crème conditionnée	**4,5**	**4,5**	**4,6**	**4,8**	**3,7**	**5,1**	**4,2**	**5,9**	**5,8**	***ns***	**6,6**
Crème biologique	6,9	6,7	6,6	6,8	6,0	8,0	6,2	8,6	ns	*ns*	*ns*
Matières grasses solides	**9,1**	**9,1**	**9,2**	**9,4**	**7,8**	**10,4**	**8,8**	**11,2**	**11,5**	**11,9**	**12,7**
Margarine	4,2	4,2	4,6	4,6	2,9	4,4	4,2	8,0	*ns*	*ns*	*ns*
Matières grasses allégées	7,3	7,3	7,4	7,5	6,2	8,3	7,2	8,2	*ns*	*ns*	*ns*
Beurre	10,7	10,7	10,7	10,9	9,9	11,8	10,5	11,9	11,6	*ns*	12,7
Beurre biologique	12,0	11,8	11,6	12,0	11,6	12,8	11,5	14,3	*ns*	*ns*	*ns*
Produits ultra-frais	**3,2**	**3,1**	**3,2**	**3,3**	**2,6**	**3,6**	**3,0**	**4,8**	**5,4**	**4,0**	**6,5**
Au lait de brebis	6,5	6,3	6,4	6,5	4,5	6,8	6,0	7,9	6,9	*ns*	*ns*
Au lait de chèvre	4,8	4,7	4,8	4,8	3,8	4,8	4,7	6,9	6,8	*ns*	*ns*
Au lait de vache	3,1	3,1	3,2	3,2	2,6	3,5	2,9	4,5	5,1	*ns*	6,2
Yaourts	2,8	2,8	2,8	2,8	2,3	3,2	2,6	4,2	4,2	*ns*	6,5
Yaourts biologiques	3,3	3,1	3,1	3,3	2,0	3,5	2,9	5,8	6,2	*ns*	*ns*
Fromages frais	3,1	3,1	3,1	3,2	2,5	3,5	3,0	4,3	4,3	*ns*	*ns*
Fromages frais biologiques	5,5	5,3	5,2	5,4	0,0	5,4	5,2	7,0	*ns*	*ns*	*ns*
Desserts lactés	4,1	4,1	4,2	4,3	3,4	4,6	3,7	6,7	9,3	*ns*	*ns*
Desserts lactés biologiques	5,4	5,0	4,7	5,3	9,1	5,8	4,6	7,6	5,1	*ns*	*ns*
Fromages	**11,8**	**11,4**	**11,7**	**12,0**	**9,5**	**12,9**	**10,6**	**18,8**	**19,2**	**21,2**	**19,1**
Fromages de vache	11,4	11,0	11,3	11,6	9,3	12,3	10,3	17,6	18,2	19,9	17,3
Fromages de brebis	18,1	17,3	17,4	18,1	14,9	19,2	15,0	24,6	25,6	26,8	23,8
Fromages de chèvre	14,3	13,3	13,5	13,6	11,4	16,3	11,9	24,3	26,4	24,2	22,1
Fromages mixtes et indéterminés	17,4	17,0	18,2	20,2	11,9	18,5	16,6	19,4	18,0	19,8	*ns*

ns : non significatif

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

*Fromageries, grandes surfaces frais

>France

3.3. Données sociodémographiques

3.3.1. Répartition des achats en volume selon les régions en 2025

2025	RÉGION	Nord	Est	Région parisienne	Ouest	Centre-Ouest	Centre-Est	Sud-Est	Sud-Ouest
Répartition de la population française	100,0	8,9	8,8	17,8	19,1	7,7	14,3	13,1	10,3
Lait conditionné	**100,0**	**10,3**	**8,4**	**15,1**	**22,0**	**9,1**	**13,8**	**11,4**	**9,9**
Lait de vache	100,0	10,4	8,5	15,1	22,0	9,1	13,8	11,4	9,8
Lait de chèvre	100,0	*ns*	*ns*	11,1	22,5	*ns*	10,7	20,1	22,8
Lait biologique	100,0	6,5	6,9	23,6	18,0	6,5	13,9	15,4	9,2
Crème conditionnée	**100,0**	**10,3**	**10,5**	**13,0**	**21,2**	**8,2**	**15,5**	**12,3**	**9,0**
Crème biologique	100,0	3,5	6,8	26,6	22,5	6,3	15,1	12,0	7,2
Matières grasses solides	**100,0**	**10,7**	**8,6**	**15,1**	**24,4**	**7,9**	**13,5**	**11,1**	**8,7**
Margarine	100,0	23,1	12,3	12,5	17,6	7,5	11,6	8,0	7,4
Matières grasses allégées	100,0	12,1	9,3	14,0	20,0	8,2	13,9	12,5	10,1
Beurre	100,0	8,2	7,8	16,0	27,5	7,8	13,6	10,9	8,2
Beurre biologique	100,0	6,3	6,4	23,3	20,8	9,7	13,4	12,8	7,2
Produits ultra-frais	**100,0**	**9,0**	**8,1**	**17,2**	**19,9**	**8,1**	**15,0**	**12,5**	**10,2**
Au lait de brebis	100,0	4,1	4,6	22,1	15,3	5,7	12,1	23,8	12,3
Au lait de chèvre	100,0	3,3	6,1	17,8	14,0	9,0	16,3	21,3	12,3
Au lait de vache	100,0	9,1	8,2	17,1	20,0	8,2	15,0	12,3	10,1
Yaourts	100,0	8,3	8,0	17,8	19,5	7,9	15,8	12,6	10,1
Yaourts biologiques	100,0	5,0	6,7	24,7	18,4	6,1	14,5	15,1	9,4
Fromages frais	100,0	8,6	8,3	17,7	19,4	8,5	14,6	13,3	9,7
Fromages frais biologiques	100,0	3,8	4,9	21,6	19,3	6,2	14,1	20,3	9,8
Desserts lactés	100,0	10,6	8,3	15,5	21,3	8,3	13,6	11,8	10,6
Desserts lactés biologiques	100,0	5,6	7,9	16,4	23,9	6,3	11,3	15,6	13,1
Fromages	**100,0**	**9,9**	**9,5**	**15,2**	**19,0**	**8,2**	**15,2**	**13,0**	**9,9**
Fromages de vache	100,0	10,4	9,9	14,9	19,1	8,2	15,3	12,7	9,7
Fromages de brebis	100,0	5,7	5,7	17,8	15,9	7,3	13,8	18,8	15,0
Fromages de chèvre	100,0	6,6	7,1	17,1	20,5	9,3	15,0	14,5	10,0
Fromages mixtes et indéterminés	100,0	7,3	8,3	17,7	15,8	8,7	16,8	13,9	11,4

ns : non significatif

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

3.3.2. Répartition des achats en volume selon la classe de revenu du foyer et selon l'âge de la personne responsable des achats en 2025

2025	CLASSE DE REVENU	Aisée	Moyenne supérieure	Moyenne inférieure	Modeste	ÂGE DE LA PRA*	Moins de 35 ans	De 35 à 49 ans	De 50 à 64 ans	Plus de 65 ans
Répartition de la population française	100,0	15,0	30,0	40,0	15,0	100,0	20,3	25,6	26,2	27,9
Lait liquide conditionné	**100,0**	**9,7**	**24,9**	**44,6**	**20,8**	**100,0**	**17,2**	**32,0**	**25,8**	**24,9**
Lait de vache	100,0	9,7	24,8	44,6	20,8	100,0	17,3	32,0	25,8	24,8
Lait de chèvre	100,0	11,2	39,0	32,0	17,8	100,0	0,0	27,4	25,3	44,6
Lait biologique	100,0	18,3	31,9	38,7	11,1	100,0	12,9	28,9	25,9	32,3
Crème conditionnée	**100,0**	**10,6**	**26,6**	**43,6**	**19,3**	**100,0**	**18,9**	**31,9**	**26,7**	**22,6**
Crème biologique	100,0	27,4	32,4	30,8	9,4	100,0	13,9	21,6	26,9	37,6
Matières grasses solides	**100,0**	**11,7**	**28,4**	**44,1**	**15,8**	**100,0**	**12,1**	**25,1**	**29,3**	**33,5**
Margarine	100,0	7,1	21,8	44,1	26,9	100,0	15,0	26,6	30,2	28,1
Matières grasses allégées	100,0	10,0	26,4	45,9	17,7	100,0	12,5	24,1	29,7	33,8
Beurre	100,0	13,2	30,3	43,3	13,2	100,0	11,4	25,4	28,9	34,2
Beurre biologique	100,0	20,7	32,5	36,0	10,9	100,0	10,4	19,9	29,3	40,5
Produits ultra-frais	**100,0**	**12,6**	**28,8**	**42,5**	**16,0**	**100,0**	**15,6**	**27,4**	**28,7**	**28,4**
Au lait de brebis	100,0	27,8	36,2	29,3	6,7	100,0	5,6	14,5	32,6	47,3
Au lait de chèvre	100,0	18,2	42,4	33,2	6,2	100,0	6,4	15,4	35,7	42,4
Au lait de vache	100,0	12,4	28,6	42,7	16,2	100,0	15,8	27,7	28,5	28,0
Yaourts	100,0	13,2	29,3	42,1	15,4	100,0	15,6	26,8	28,9	28,7
Yaourts biologiques	100,0	24,6	32,9	32,9	9,6	100,0	13,5	20,5	29,3	36,7
Fromages frais	100,0	14,2	29,7	41,5	14,6	100,0	15,9	25,7	28,8	29,7
Fromages frais biologiques	100,0	23,7	36,0	32,0	8,3	100,0	16,7	19,8	24,9	38,7
Desserts lactés	100,0	10,0	27,1	44,2	18,6	100,0	15,3	30,0	28,1	26,5
Desserts lactés biologiques	100,0	16,6	34,6	35,3	13,5	100,0	11,7	24,7	31,2	32,4
Fromages	**100,0**	**12,6**	**28,5**	**42,0**	**16,8**	**100,0**	**15,3**	**29,3**	**28,5**	**26,9**
Fromages de vache	100,0	12,3	28,1	42,3	17,3	100,0	15,6	29,9	28,5	26,0
Fromages de brebis	100,0	17,9	34,1	37,7	10,3	100,0	11,6	22,7	28,8	36,9
Fromages de chèvre	100,0	13,4	31,1	41,3	14,2	100,0	13,8	25,8	27,9	32,6
Fromages mixtes et indéterminés	100,0	18,9	33,7	34,6	12,8	100,0	15,1	23,7	31,2	30,1

* PRA : personne responsable des achats

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

3.3.3. Répartition des achats en volume selon le cycle de vie en 2025

2025	CYCLE DE VIE	Jeunes célibataires	Célibataires d'âge moyen	Célibataires séniors	Jeunes couples	Couples d'âge moyen	Couples séniors	Familles avec enfant maternelle	Familles avec enfant primaires	Familles avec enfant collège/lycée	Familles avec enfant majeur
Répartition de la population française	100,0	7,1	12,9	14,5	5,7	15,6	13,2	4,8	7,1	10,6	8,6
Lait liquide conditionné	**100,0**	**2,4**	**7,0**	**7,9**	**4,0**	**15,9**	**16,8**	**5,9**	**10,8**	**16,1**	**13,2**
Lait de vache	100,0	2,4	7,0	7,9	4,1	15,9	16,8	5,9	10,8	16,1	13,2
Lait de chèvre	100,0	*ns*	5,7	12,6	*ns*	15,5	31,9	*ns*	*ns*	*ns*	12,0
Lait biologique	100,0	2,6	8,3	11,4	3,8	14,5	20,7	6,8	8,1	13,5	10,2
Crème conditionnée	**100,0**	**3,6**	**6,9**	**8,3**	**4,9**	**17,2**	**14,1**	**5,6**	**9,4**	**14,9**	**14,9**
Crème biologique	100,0	0,0	10,9	19,0	4,5	13,2	18,6	4,2	7,9	9,5	8,6
Matières grasses solides	**100,0**	**2,1**	**8,1**	**12,1**	**3,9**	**19,4**	**21,2**	**3,6**	**6,6**	**11,7**	**11,5**
Margarine	100,0	2,1	6,5	9,8	5,0	20,5	18,1	2,8	7,9	13,6	13,7
Matières grasses allégées	100,0	2,1	8,6	12,4	3,8	19,7	21,2	3,3	6,4	11,3	11,2
Beurre	100,0	2,0	8,2	12,2	3,7	19,0	21,7	3,8	6,5	11,6	11,3
Beurre biologique	100,0	0,0	12,3	17,1	4,8	16,4	23,4	3,1	4,7	9,0	7,2
Produits ultra-frais	**100,0**	**2,8**	**9,7**	**11,4**	**4,4**	**17,9**	**16,8**	**4,9**	**8,1**	**12,5**	**11,3**
Au lait de brebis	100,0	2,2	14,6	23,7	1,5	19,9	23,6	2,2	2,7	4,8	4,9
Au lait de chèvre	100,0	0,0	15,9	18,9	2,6	21,0	23,5	3,2	2,0	6,8	5,4
Au lait de vache	100,0	2,8	9,6	11,2	4,5	17,9	16,6	5,0	8,2	12,7	11,5
Yaourts	100,0	2,9	9,7	11,8	4,7	18,1	16,7	4,7	7,7	12,4	11,3
Yaourts biologiques	100,0	2,9	13,9	18,3	2,8	16,1	18,3	8,5	4,9	8,0	6,4
Fromages frais	100,0	3,2	9,8	11,6	4,1	18,3	18,0	6,1	7,7	10,8	10,3
Fromages frais biologiques	100,0	0,0	12,0	14,1	4,1	15,0	24,6	10,0	6,6	5,5	4,8
Desserts lactés	100,0	2,2	9,6	10,4	4,2	17,4	16,0	4,5	9,3	14,1	12,2
Desserts lactés biologiques	100,0	0,0	14,6	15,3	1,4	19,7	17,1	8,5	8,6	7,3	5,8
Fromages	**100,0**	**3,2**	**9,0**	**10,2**	**4,5**	**18,2**	**16,4**	**4,3**	**8,0**	**13,2**	**12,9**
Fromages de vache	100,0	3,1	8,9	9,8	4,6	18,3	16,0	4,4	8,3	13,6	13,1
Fromages de brebis	100,0	3,6	10,1	15,0	3,8	18,3	21,7	3,2	5,2	8,6	10,5
Fromages de chèvre	100,0	3,8	9,6	13,6	4,2	16,9	18,6	3,7	6,8	11,0	11,8
Fromages mixtes et indéterminés	100,0	4,7	11,0	11,9	3,8	19,5	18,0	2,8	7,3	9,3	11,8

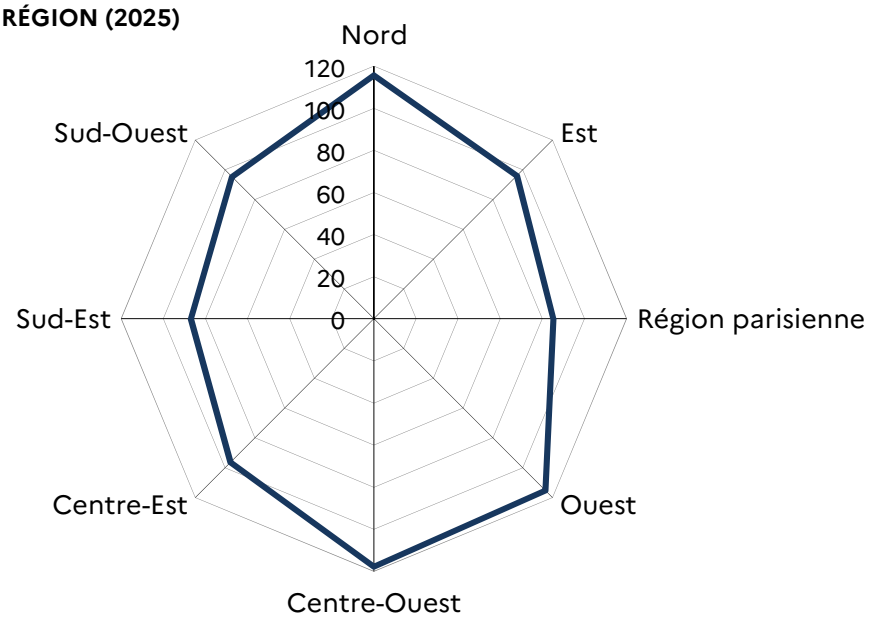
ns : non significatif

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

3.3.4. Données sociodémographiques par type de produits en 2025

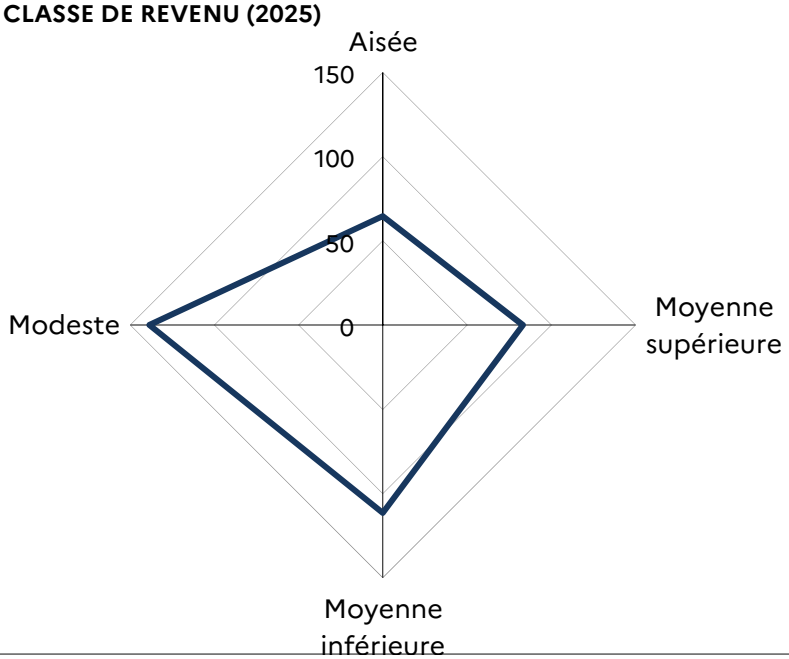
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

LAIT LIQUIDE CONDITIONNÉ : INDICE PAR RÉGION (2025)



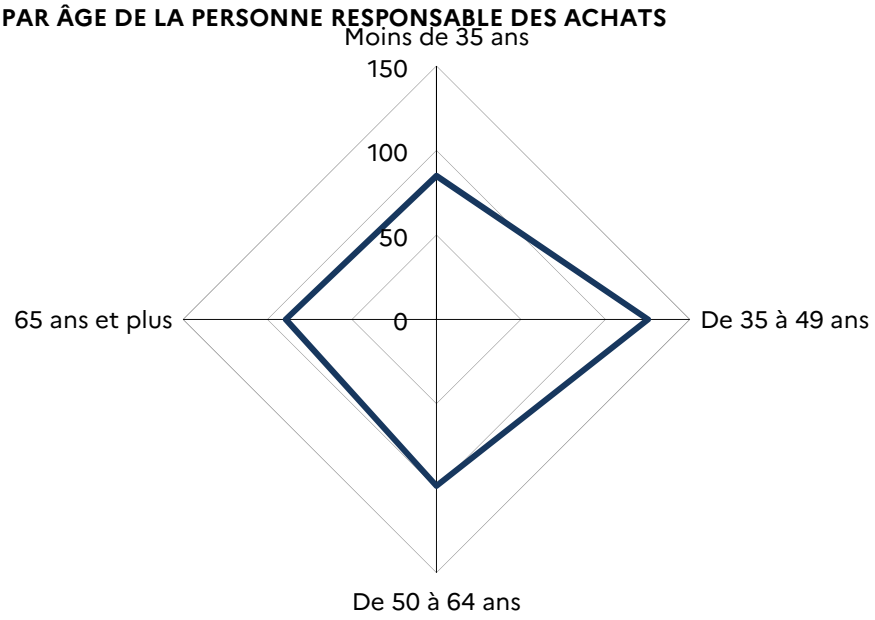
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT LIQUIDE CONDITIONNÉ : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



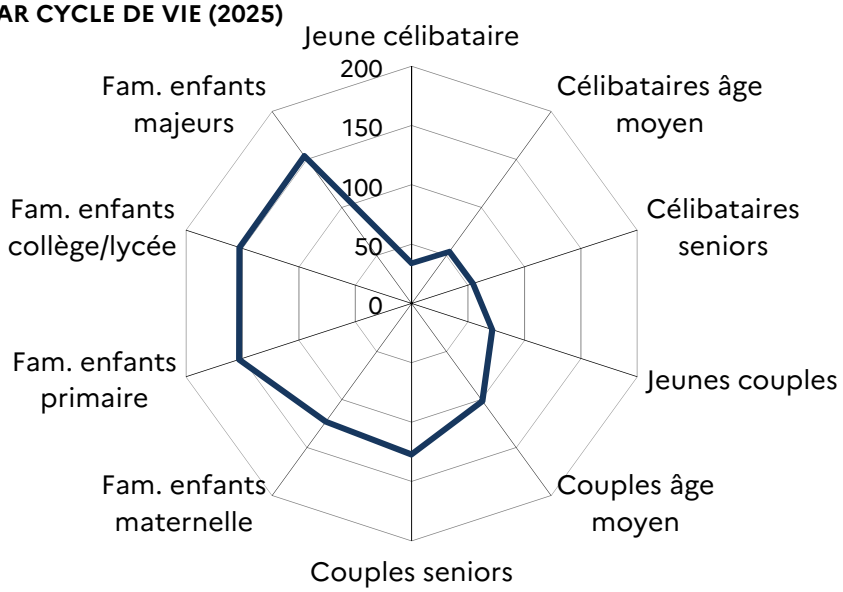
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT LIQUIDE CONDITIONNÉ :
INDICE PAR ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



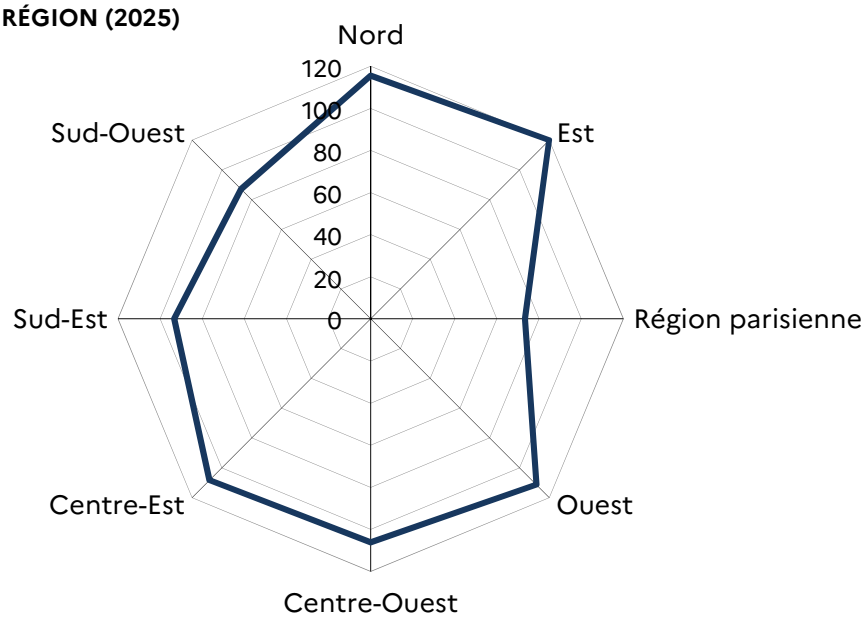
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT LIQUIDE CONDITIONNÉ :
INDICE PAR CYCLE DE VIE (2025)



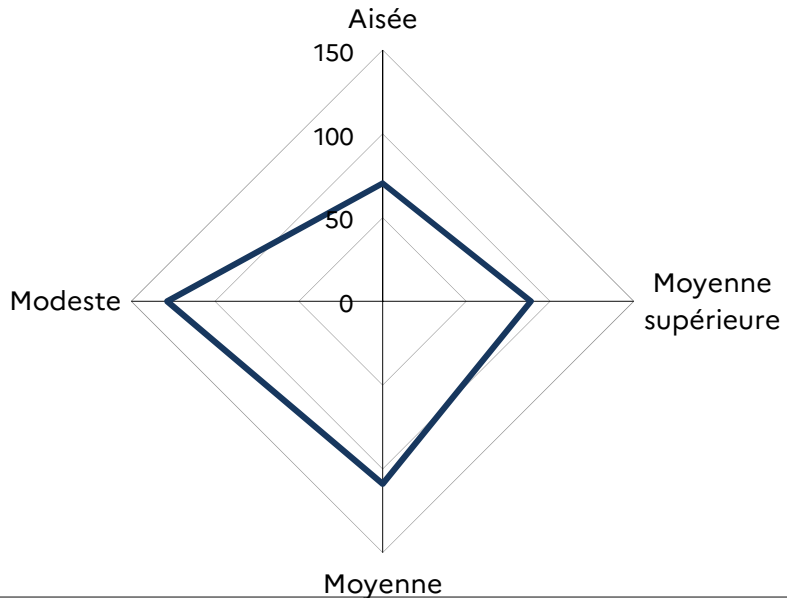
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME CONDITIONNÉE :
INDICE PAR RÉGION (2025)



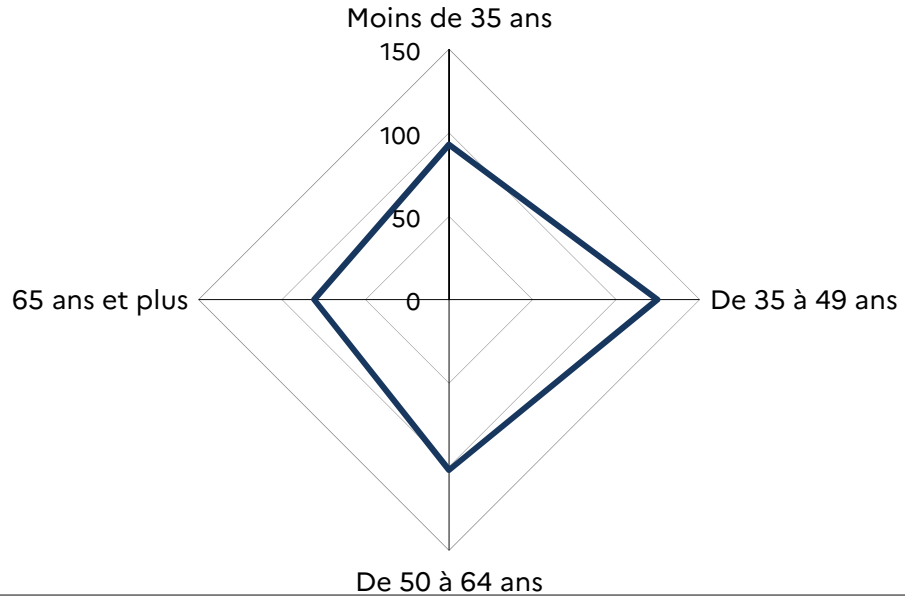
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME CONDITIONNÉE :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



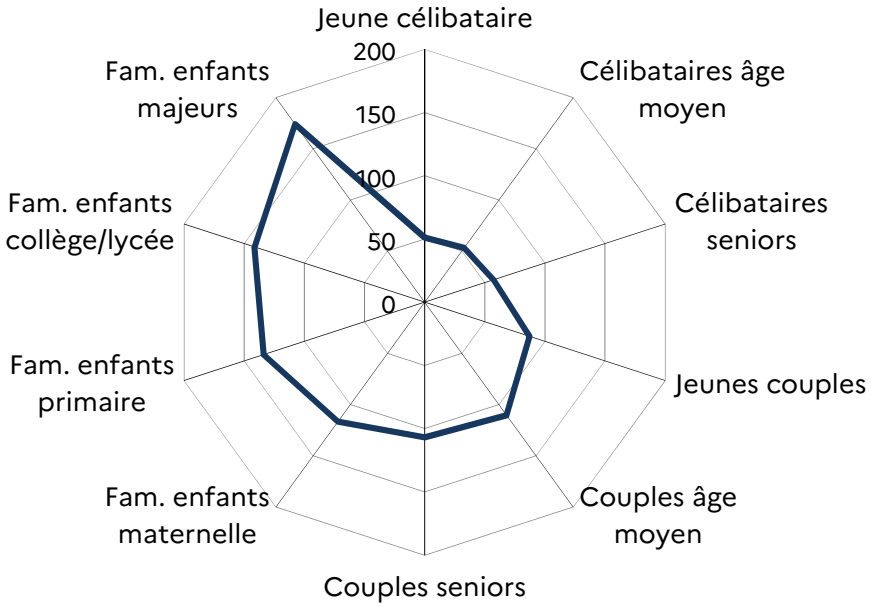
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME CONDITIONNÉE :
INDICE PAR ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



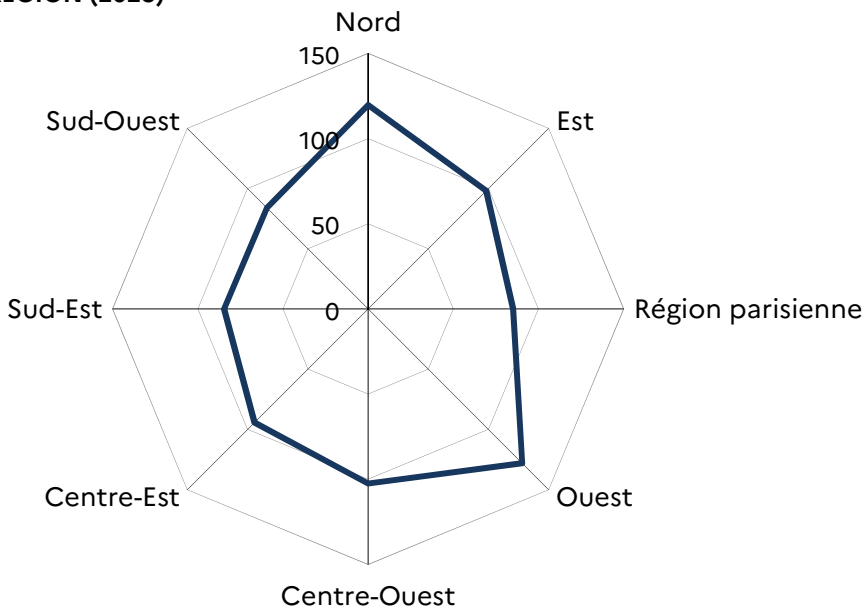
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME CONDITIONNÉE :
INDICE PAR CYCLE DE VIE (2025)



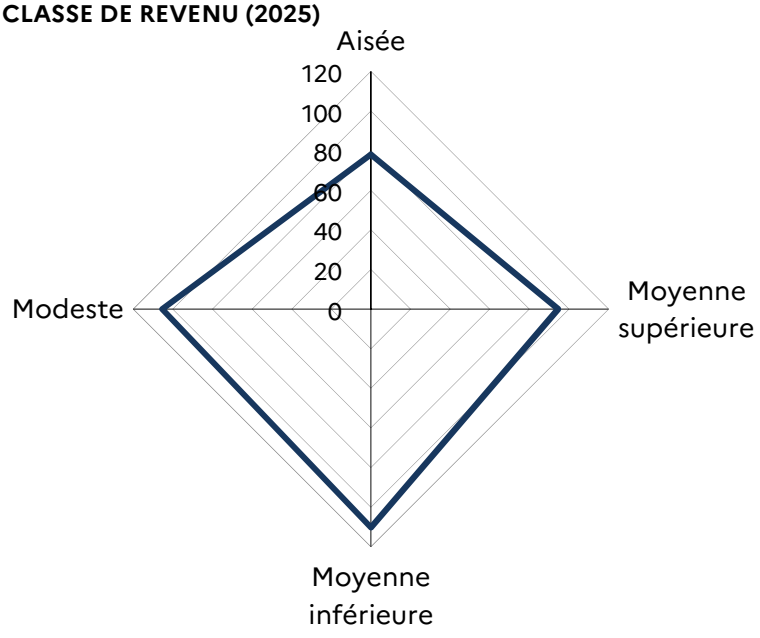
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

**MATIÈRES GRASSES SOLIDES :
INDICE PAR RÉGION (2025)**



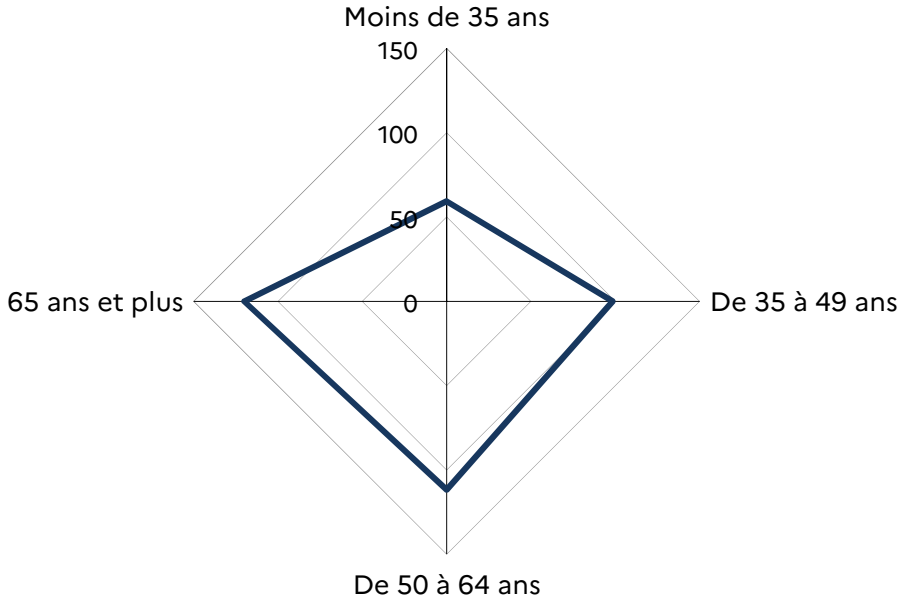
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

**MATIÈRES GRASSES SOLIDES :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)**



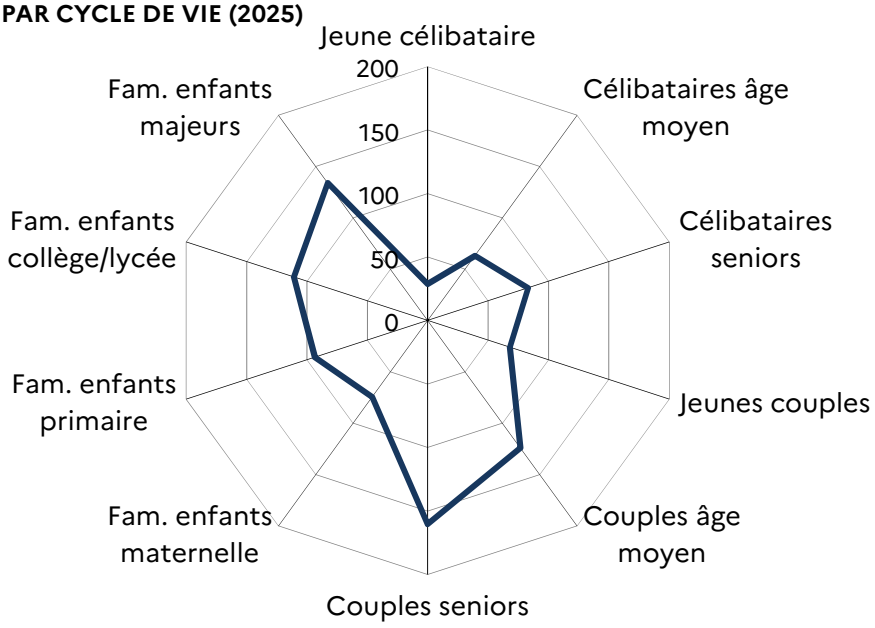
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MATIÈRES GRASSES SOLIDES :
INDICE PAR ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



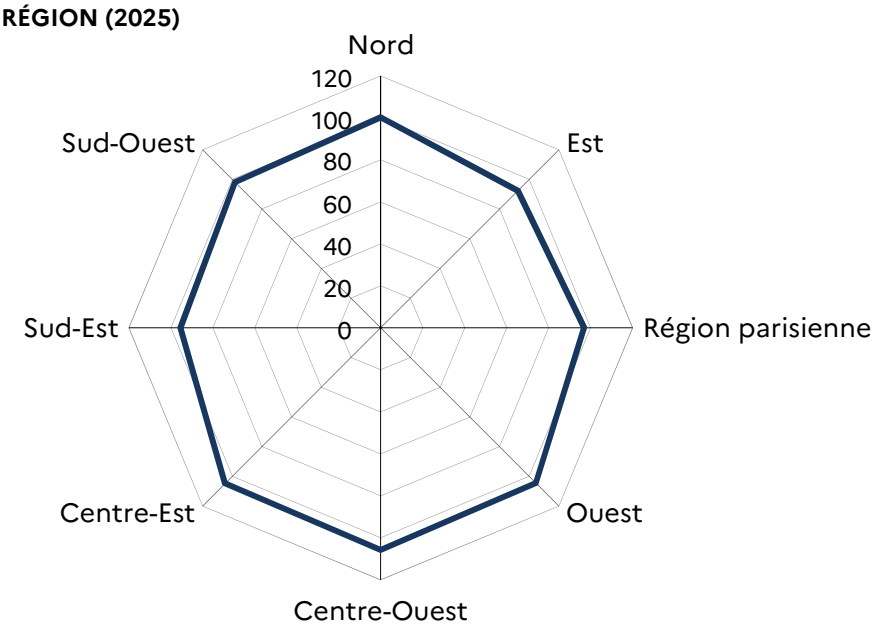
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MATIÈRES GRASSES SOLIDES :
INDICE PAR CYCLE DE VIE (2025)



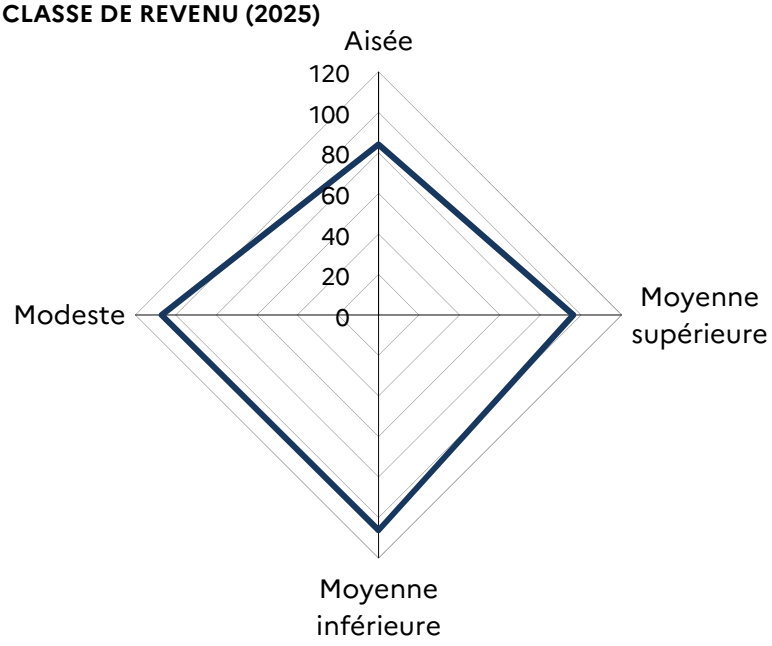
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

PRODUITS ULTRA-FRAIS :
INDICE PAR RÉGION (2025)



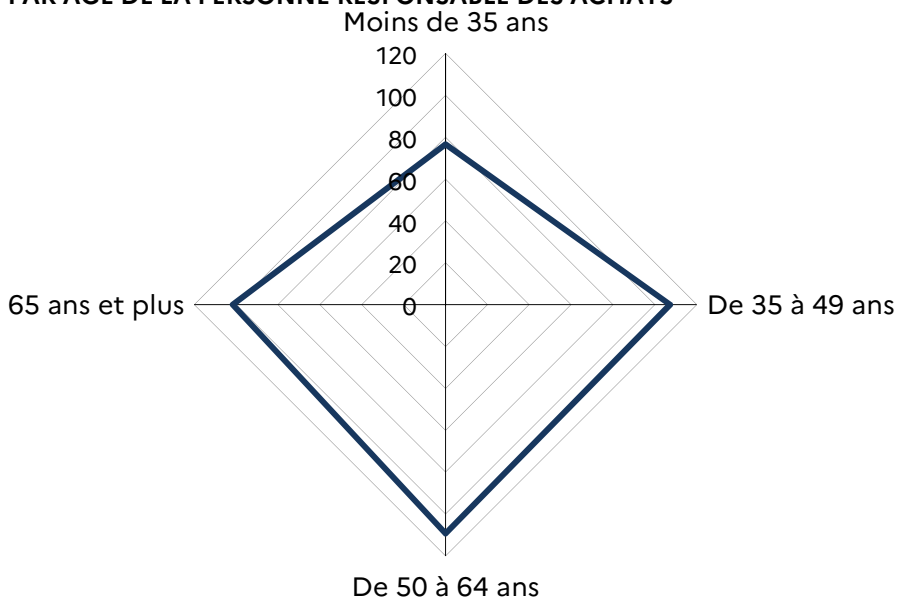
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

PRODUITS ULTRA-FRAIS :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



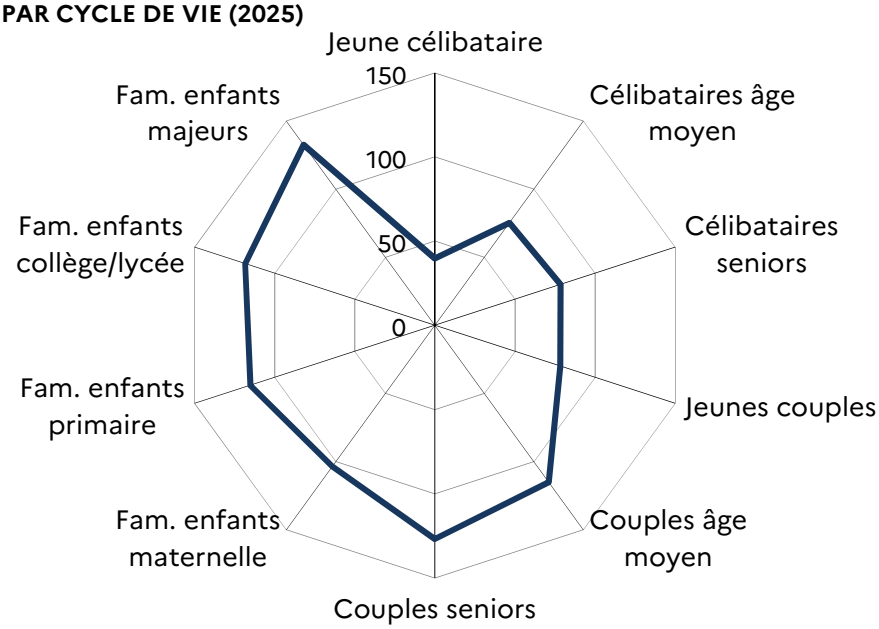
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

PRODUITS ULTRA-FRAIS:
INDICE PAR ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



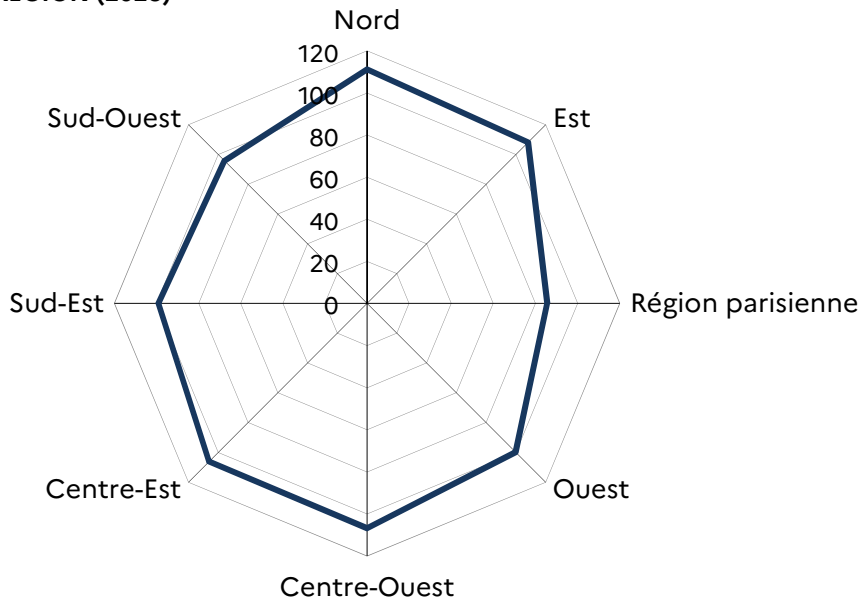
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

PRODUITS ULTRA-FRAIS :
INDICE PAR CYCLE DE VIE (2025)



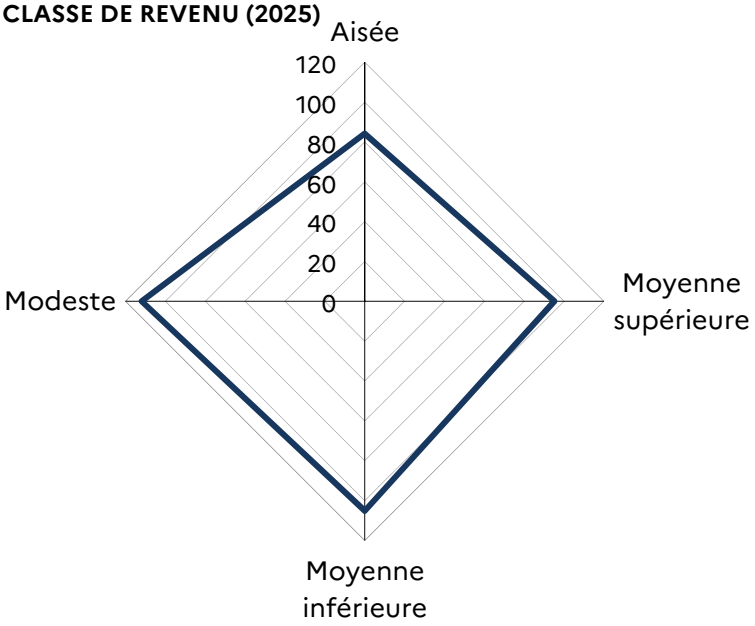
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGES :
INDICE PAR RÉGION (2025)



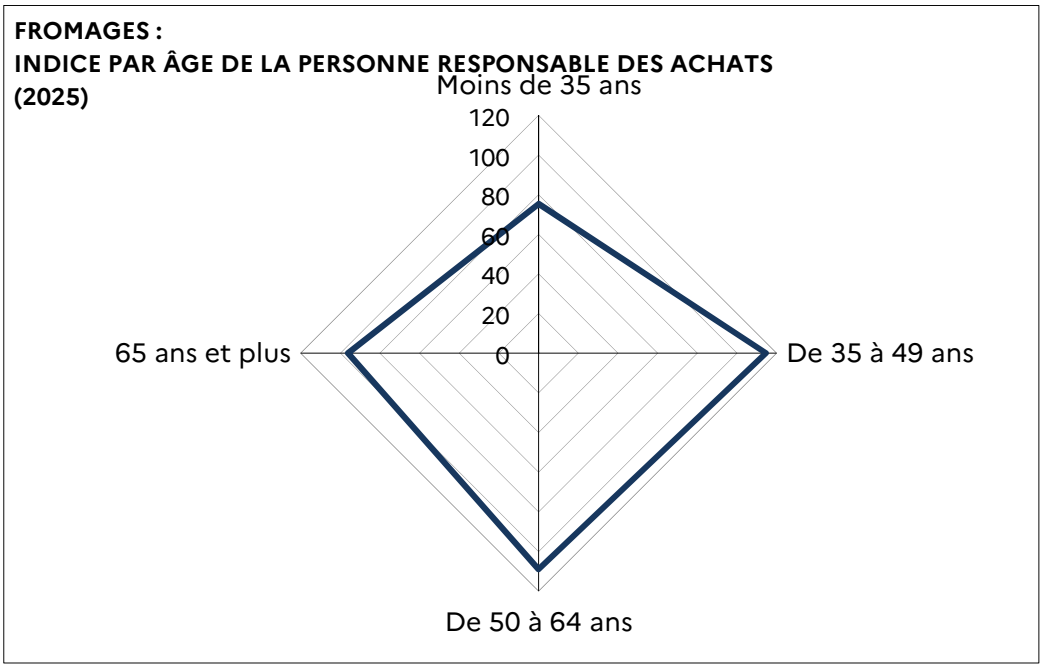
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGES :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



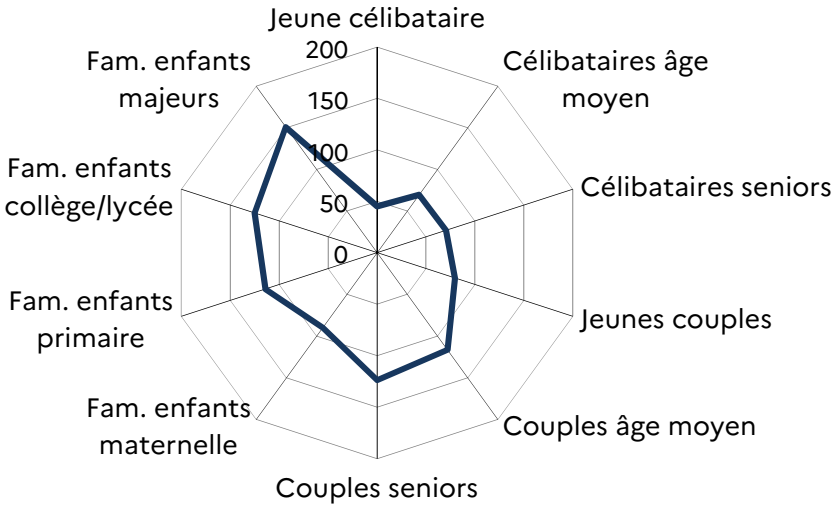
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGES :
INDICE PAR ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGES :
INDICE PAR CYCLE DE VIE (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

4. FOCUS PAR PRODUIT

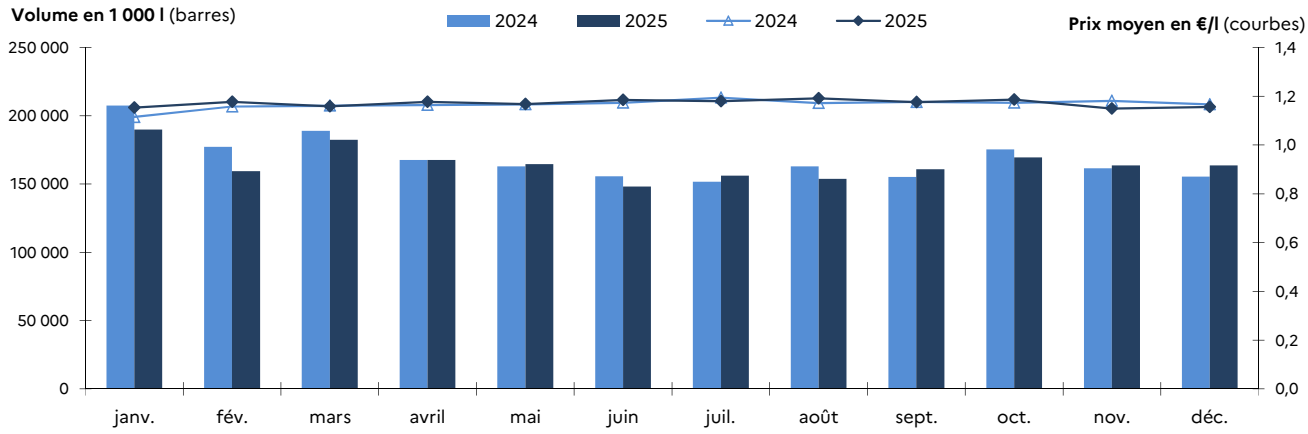
LAIT CONDITIONNÉ

CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2025	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/l)	Évol. (%)	(1 000 l)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
LAIT CONDITIONNÉ	**1,17**	**0,5**	**1 979 609**	**-2,1**	**2 319 451**	**-1,6**	**96,4**	**-0,2**	**100,0**	**//**
Lait de vache	**1,17**	**0,5**	**1 971 750**	**-2,1**	**2 297 295**	**-1,7**	**96,4**	**-0,2**	**99,6**	**0,0**
Lait de brebis	**3,81**	**1,6**	**1 798**	**-6,3**	**6 853**	**-4,8**	**1,0**	**0,0**	**0,1**	**0,0**
Lait de chèvre	**2,54**	**-0,8**	**5 977**	**3,3**	**15 182**	**2,5**	**2,1**	**0,1**	**0,3**	**0,0**
Lait biologique	**1,38**	**0,6**	**142 602**	**-1,8**	**196 862**	**-1,3**	**26,9**	**0,0**	**7,2**	**0,0**
Lait non biologique	**1,16**	**0,5**	**1 837 007**	**-2,1**	**2 122 589**	**-1,7**	**94,6**	**-0,3**	**92,8**	**0,0**
Lait frais et fermenté	**1,62**	**2,2**	**47 923**	**-5,0**	**77 661**	**-3,0**	**16,5**	**0,4**	**2,4**	**-0,1**
Lait longue conservation	**1,16**	**0,4**	**1 925 709**	**-2,1**	**2 226 636**	**-1,6**	**95,8**	**-0,2**	**97,3**	**0,1**
dont standard	1,09	0,4	1 566 557	-4,4	1 711 954	-4,1	92,6	-0,6	79,1	-1,9
dont spécifique	1,43	-2,1	359 152	9,8	514 682	7,5	49,0	1,0	18,1	2,0
dont écrémé	1,17	-1,8	91 064	3,4	106 368	1,6	15,4	0,3	4,6	0,2
dont demi-écrémé	1,14	0,6	1 677 066	-2,2	1 906 283	-1,6	92,1	-0,7	84,7	-0,1
dont entier	1,36	0,0	157 579	-3,7	213 983	-3,7	30,2	1,0	8,0	-0,1

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

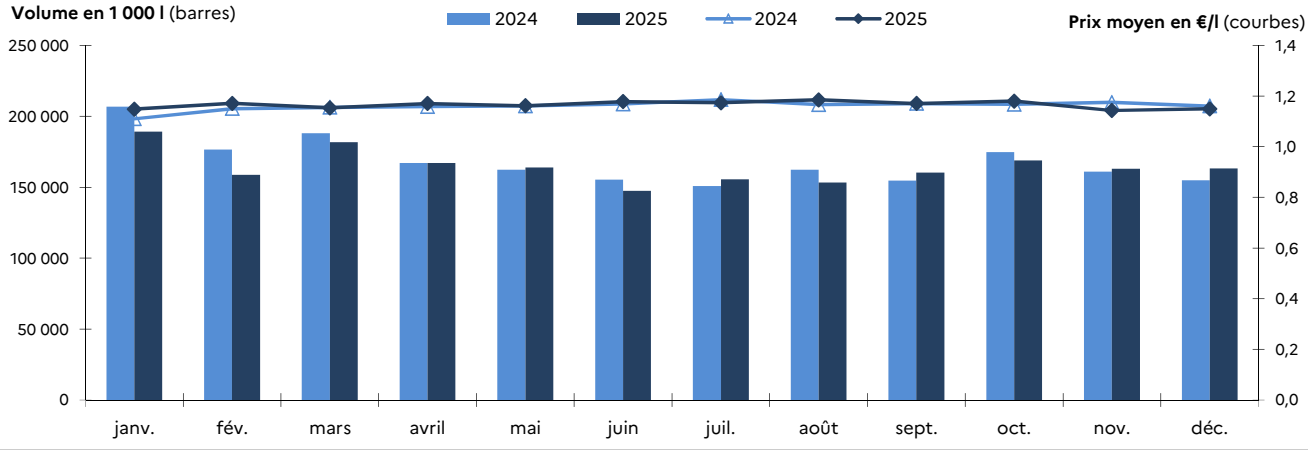
LAIT CONDITIONNÉ : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

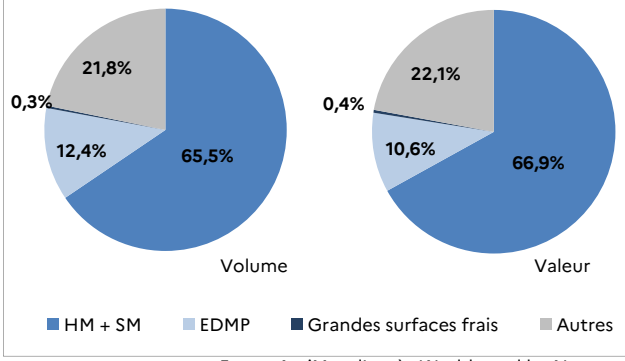
LAIT CONDITIONNÉ DE VACHE

LAIT CONDITIONNÉ DE VACHE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



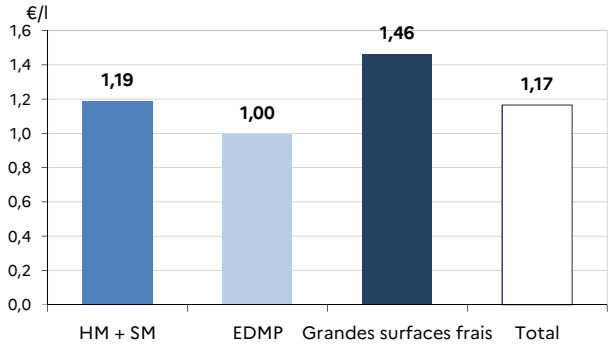
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ DE VACHE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

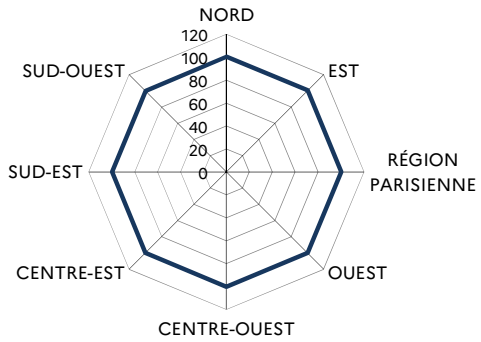
LAIT CONDITIONNÉ DE VACHE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

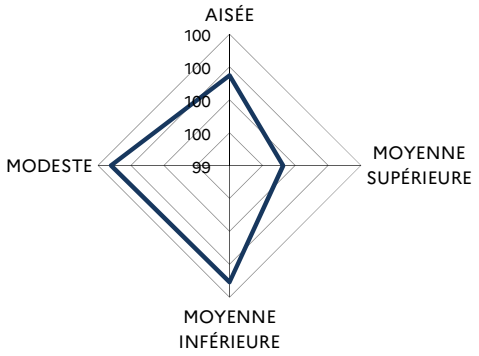
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

LAIT CONDITIONNÉ DE VACHE : INDICE PAR RÉGION (2025)



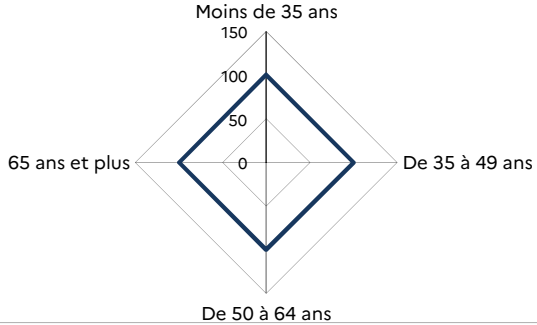
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ DE VACHE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



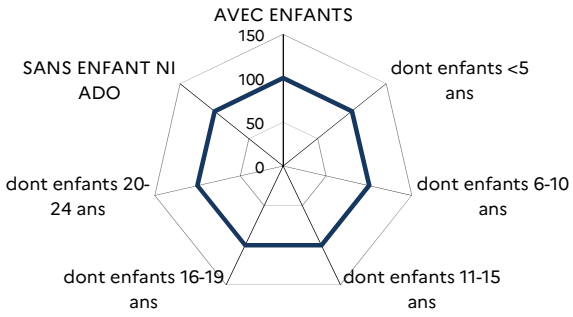
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ DE VACHE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

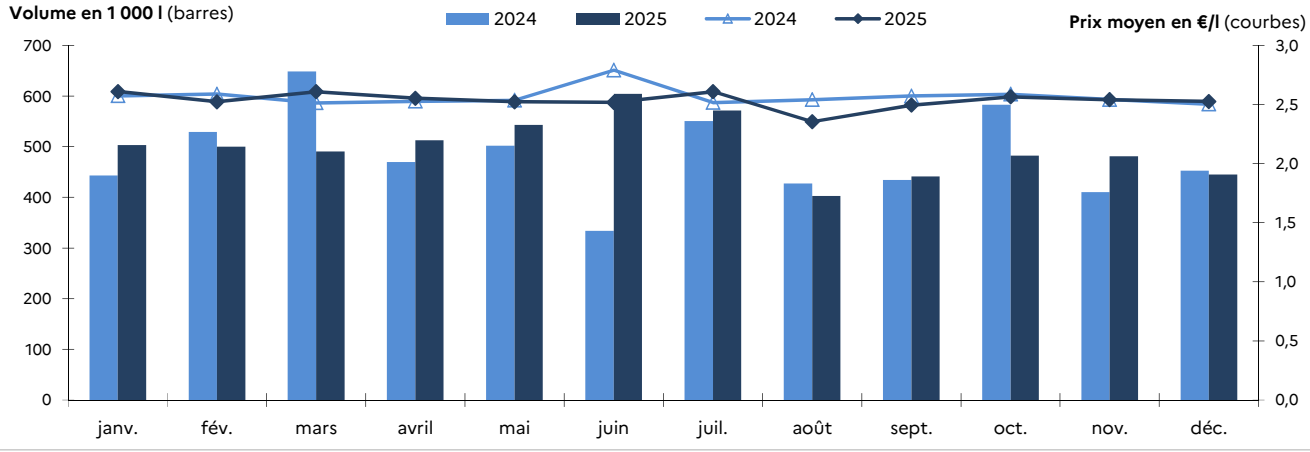
LAIT CONDITIONNÉ DE VACHE : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

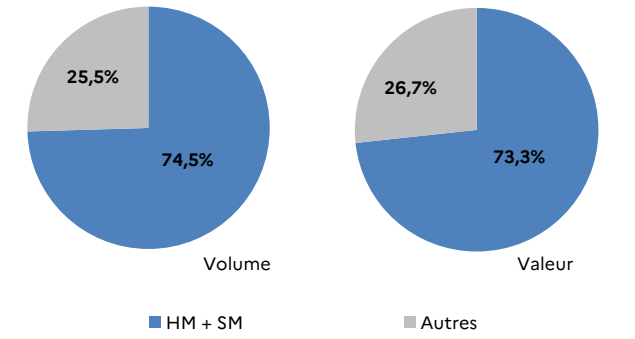
LAIT CONDITIONNÉ DE CHÈVRE

LAIT CONDITIONNÉ DE CHÈVRE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



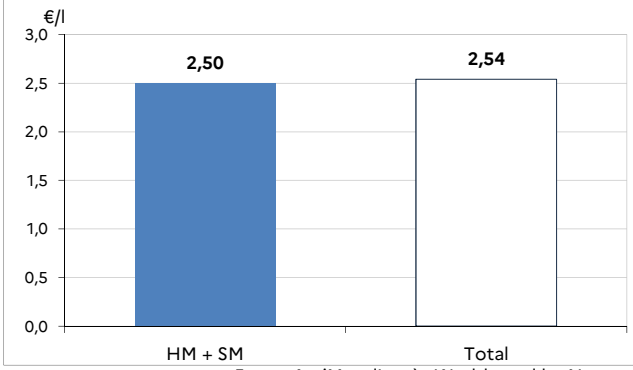
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ DE CHÈVRE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

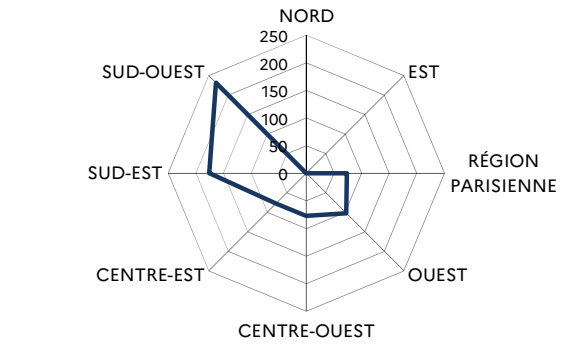
LAIT CONDITIONNÉ DE CHÈVRE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

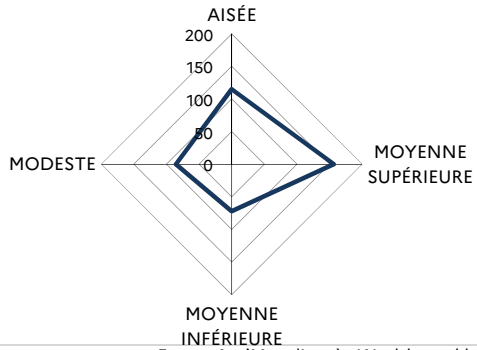
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

LAIT CONDITIONNÉ DE CHÈVRE : INDICE PAR RÉGION (2025)



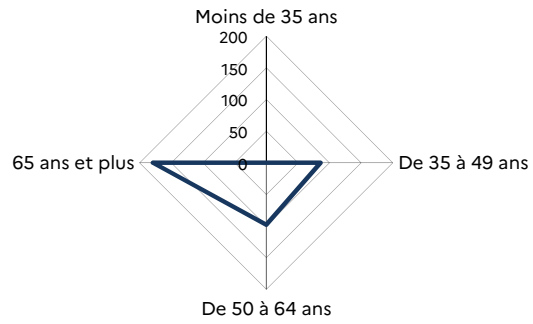
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ DE CHÈVRE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



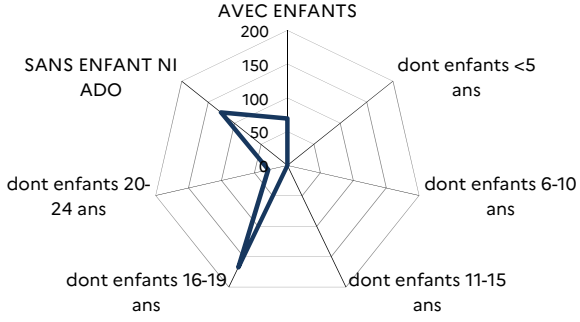
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ DE CHÈVRE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

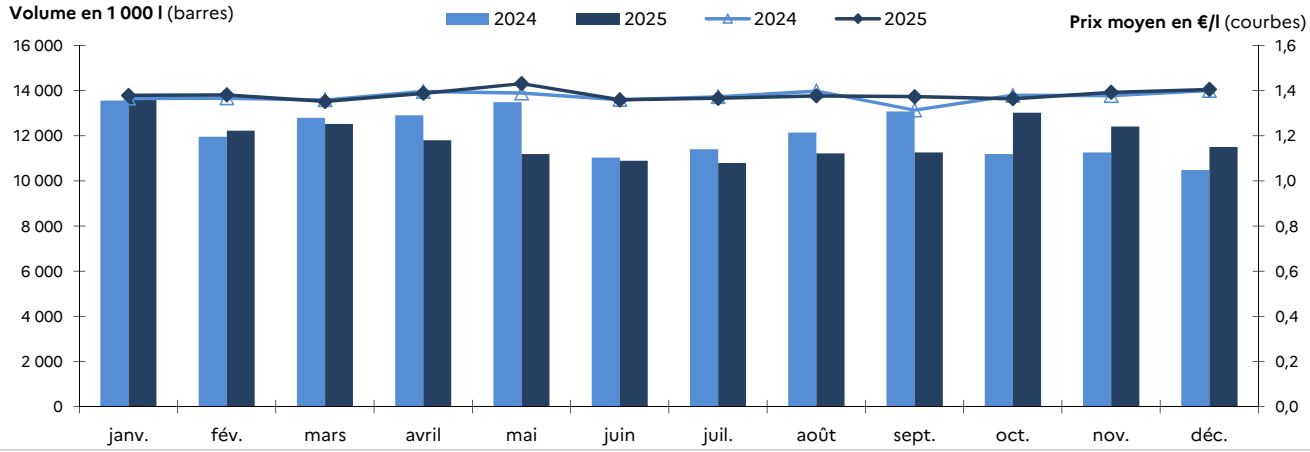
LAIT CONDITIONNÉ DE CHÈVRE : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

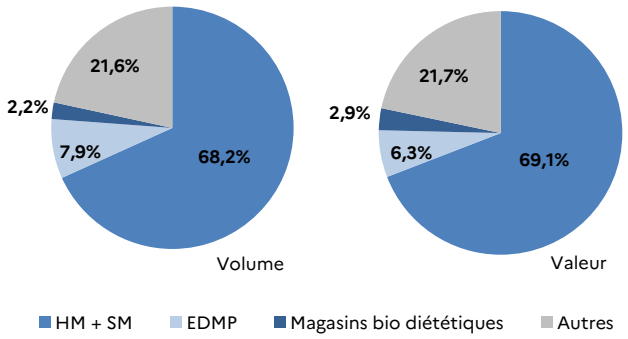
LAIT CONDITIONNÉ BIOLOGIQUE

LAIT CONDITIONNÉ BIOLOGIQUE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



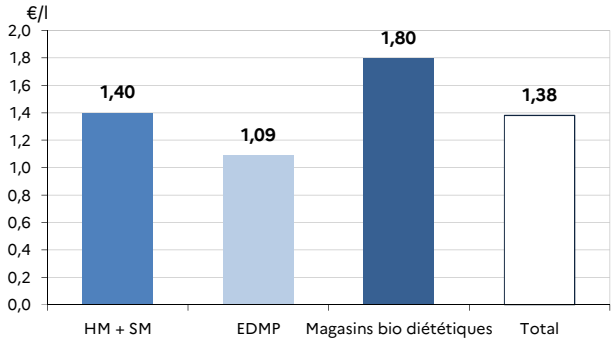
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ BIOLOGIQUE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

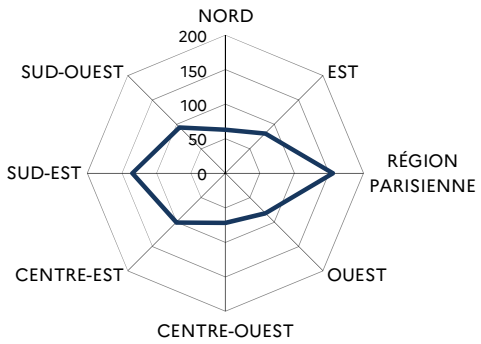
LAIT CONDITIONNÉ BIOLOGIQUE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

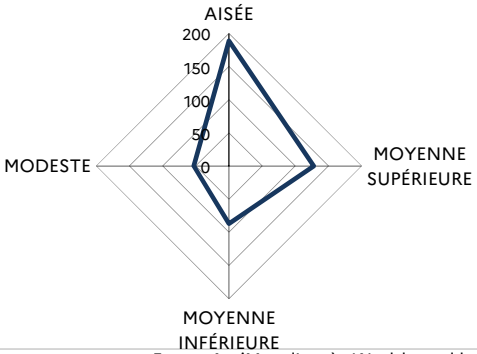
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

LAIT CONDITIONNÉ BIOLOGIQUE : INDICE PAR RÉGION (2025)



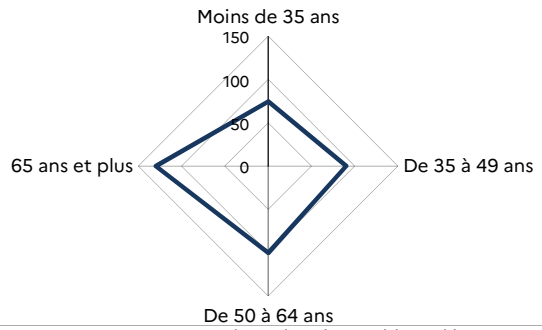
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ BIOLOGIQUE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



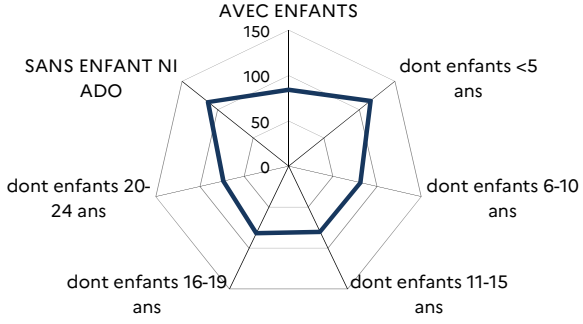
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ BIOLOGIQUE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

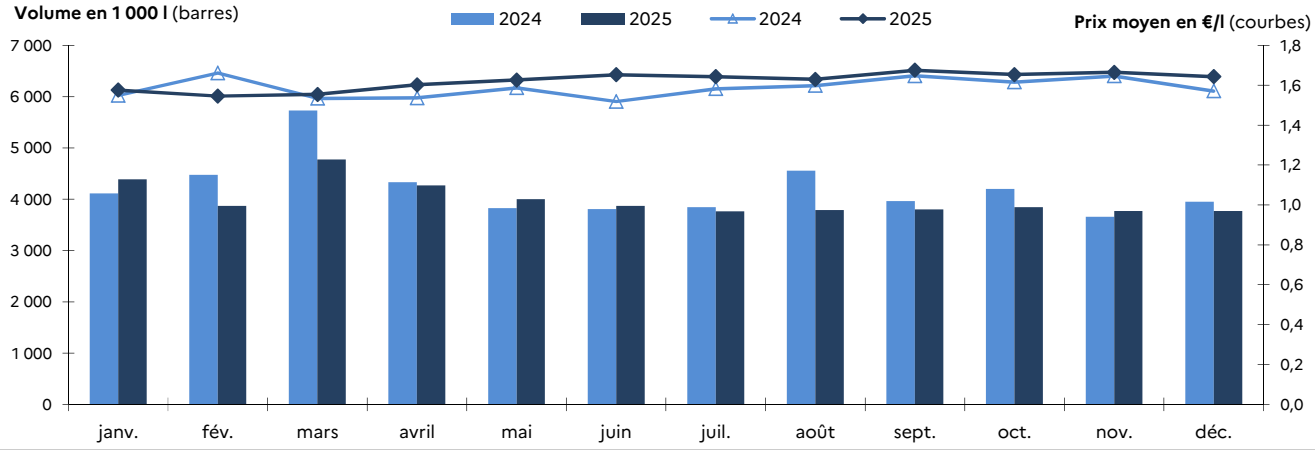
LAIT CONDITIONNÉ BIOLOGIQUE : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

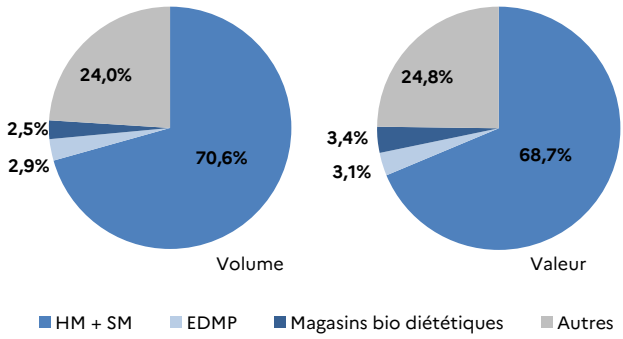
LAIT CONDITIONNÉ FRAIS ET FERMENTÉ

LAIT CONDITIONNÉ FRAIS ET FERMENTÉ : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



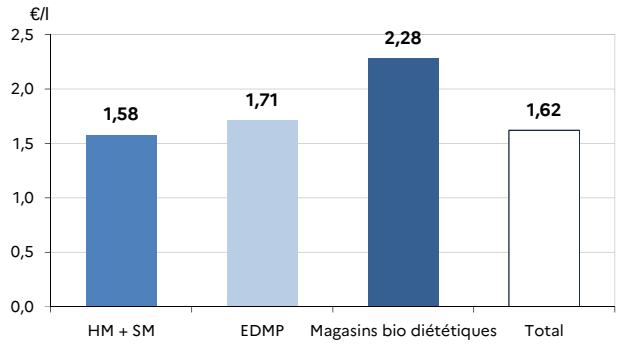
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ FRAIS ET FERMENTÉ : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

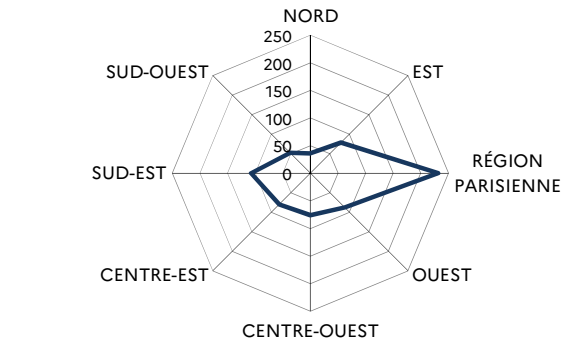
LAIT CONDITIONNÉ FRAIS ET FERMENTÉ : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

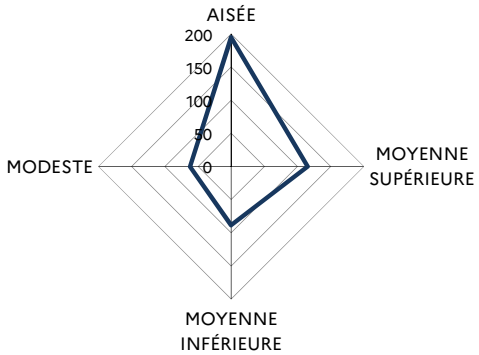
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

LAIT CONDITIONNÉ FRAIS ET FERMENTÉ : INDICE PAR RÉGION (2025)



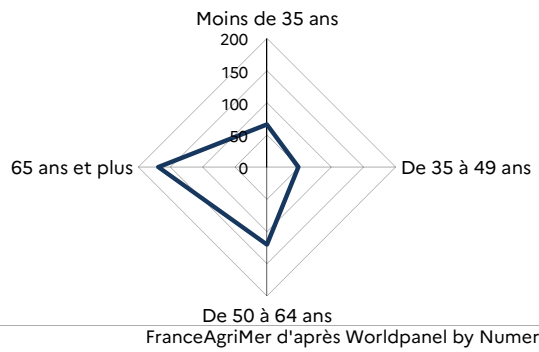
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ FRAIS ET FERMENTÉ : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



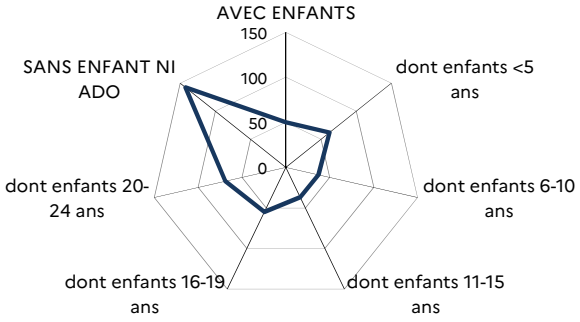
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ FRAIS ET FERMENTÉ : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

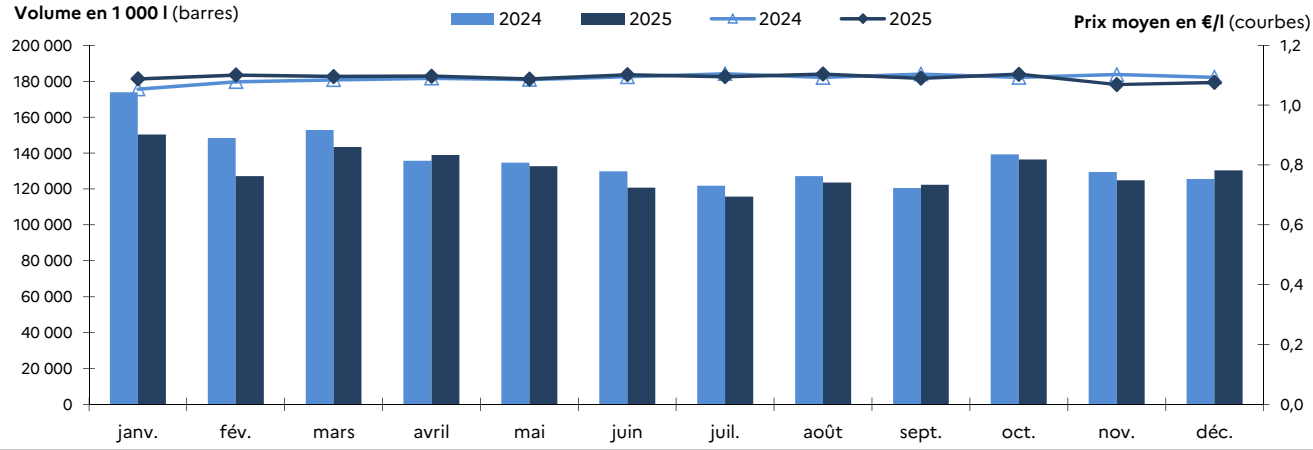
LAIT CONDITIONNÉ FRAIS ET FERMENTÉ : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

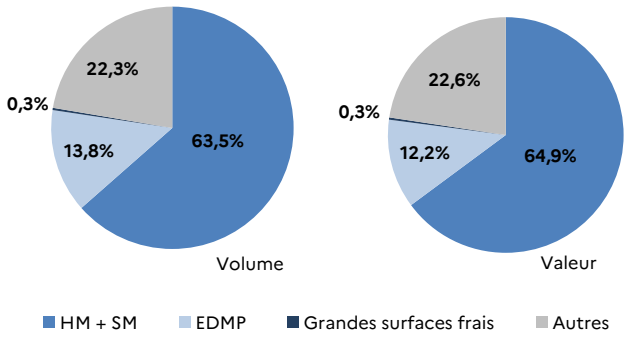
LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION STANDARD

LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION STANDARD : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



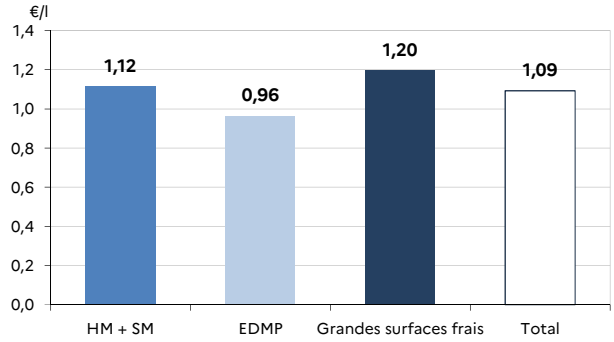
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION STANDARD : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

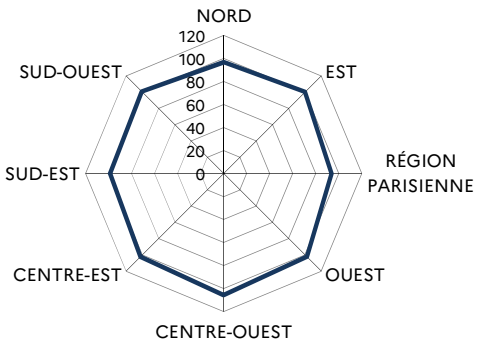
LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION STANDARD : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

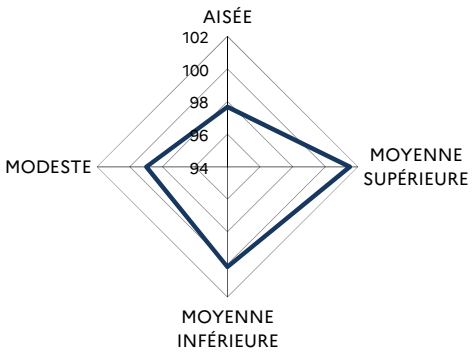
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION STANDARD : INDICE PAR RÉGION (2025)



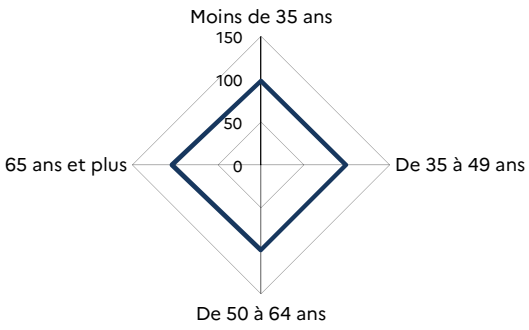
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION STANDARD : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



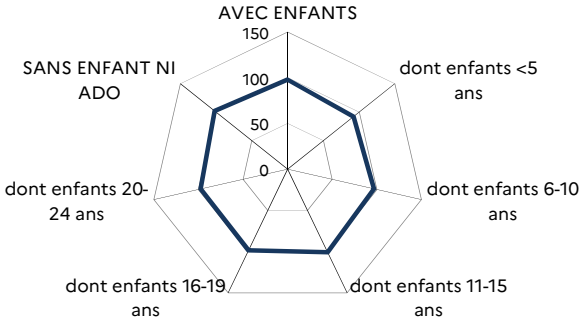
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION STANDARD : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

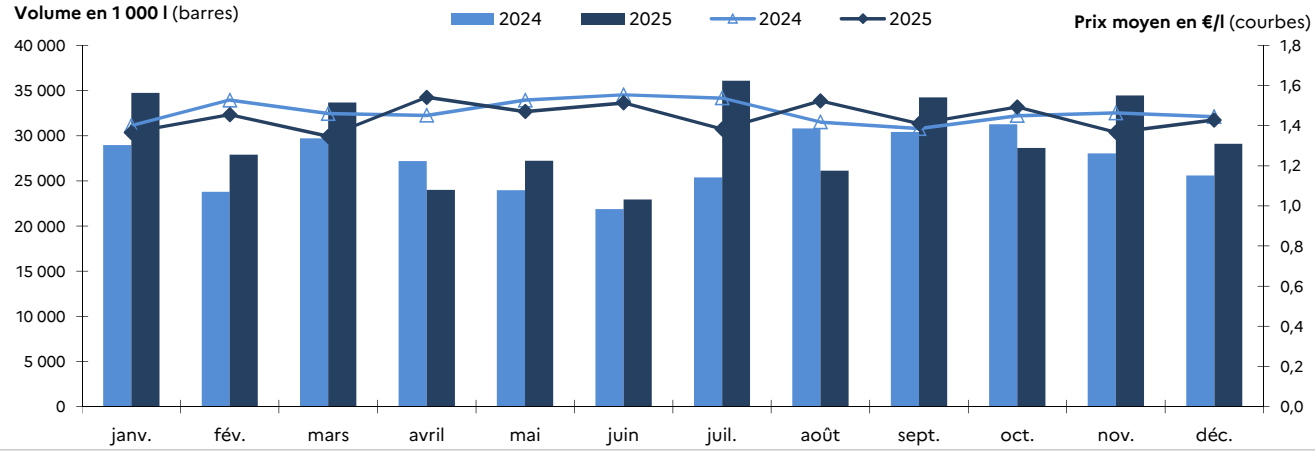
LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION STANDARD : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

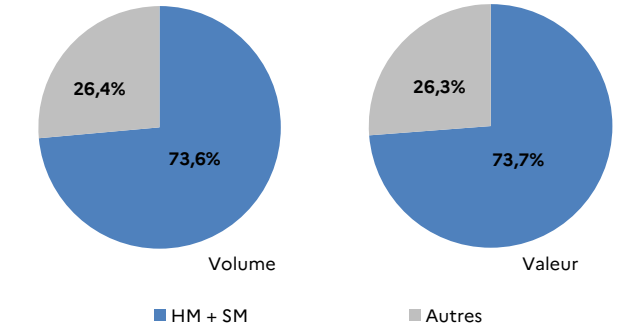
LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION SPÉCIFIQUE

LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION SPÉCIFIQUE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



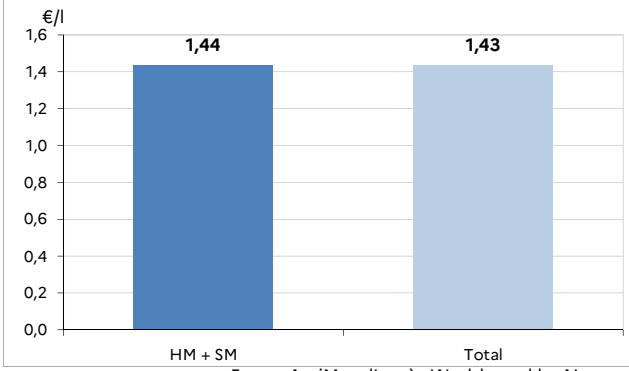
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION SPÉCIFIQUE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

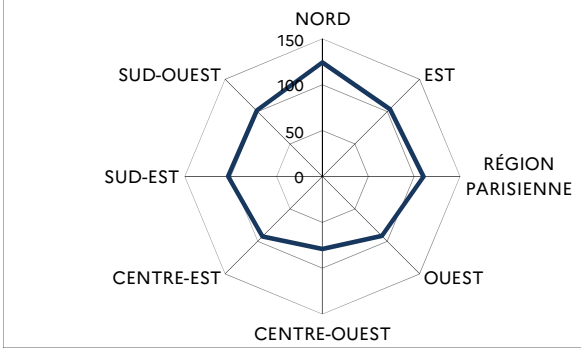
LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION SPÉCIFIQUE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

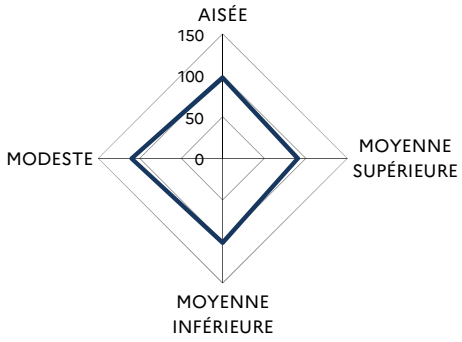
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION SPÉCIFIQUE : INDICE PAR RÉGION (2025)



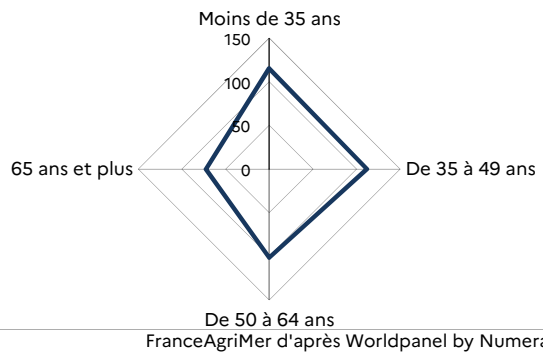
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION SPÉCIFIQUE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



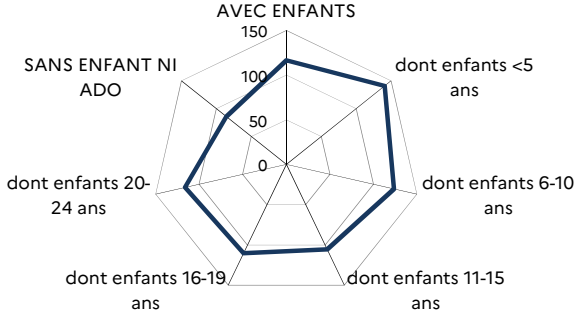
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION SPÉCIFIQUE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LAIT CONDITIONNÉ LONGUE CONSERVATION SPÉCIFIQUE : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



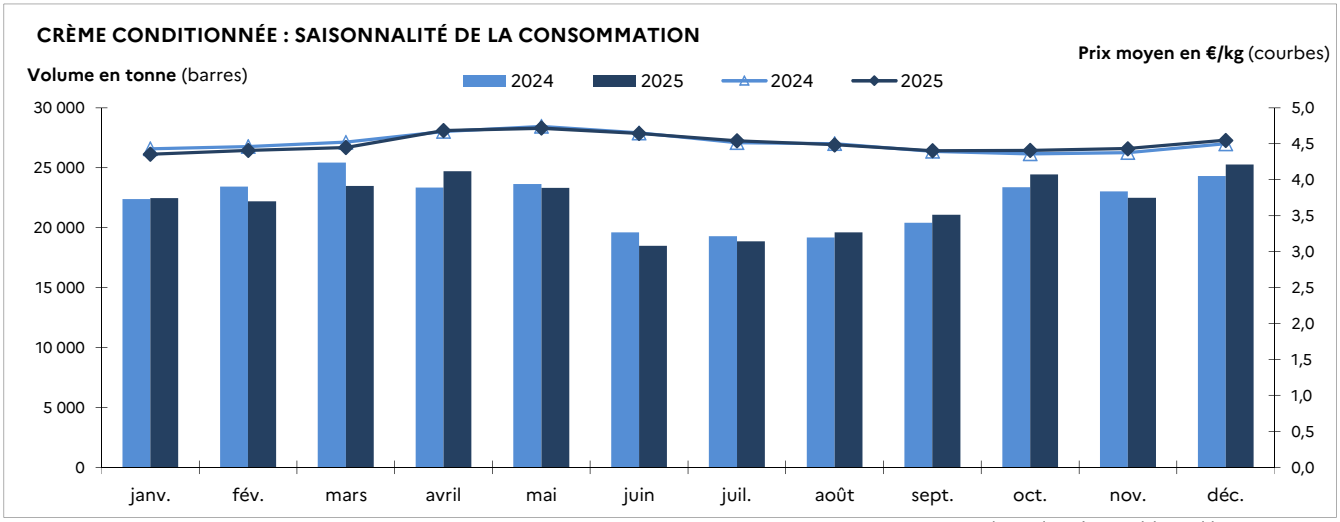
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME CONDITIONNÉE

CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2025	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
CRÈME CONDITIONNÉE	**4,51**	**-0,1**	**266 335**	**-0,4**	**1 199 897**	**-0,5**	**95,6**	**-0,2**	**100,0**	**//**
Crème biologique	6,87	3,1	3 156	-8,5	21 682	-5,7	7,9	-0,5	1,2	-0,1
Crème non biologique	4,48	-0,1	263 179	-0,3	1 178 215	-0,4	95,2	-0,3	98,8	0,1
À moins de 30 % de MG	3,84	-0,7	135 691	-1,1	520 641	-1,8	81,7	-0,4	50,9	-0,4
À 30 % de MG et plus	5,20	0,2	130 644	0,4	679 256	0,6	79,0	-0,4	49,1	0,4
Crème fraîche	4,21	0,2	117 077	-1,1	492 726	-0,9	79,2	-1,3	44,0	-0,3
Crème longue conservation	4,39	-0,1	139 089	0,3	611 016	0,2	80,2	0,3	52,2	0,4
Crème aérosol	9,46	-1,0	10 169	-1,5	96 155	-2,5	39,9	-0,4	3,8	0,0

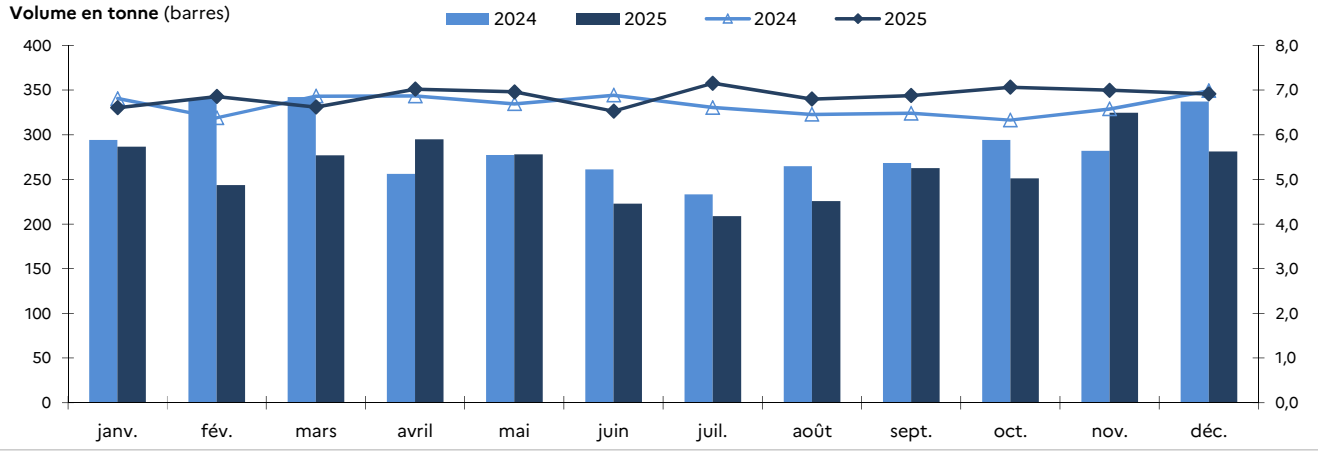
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

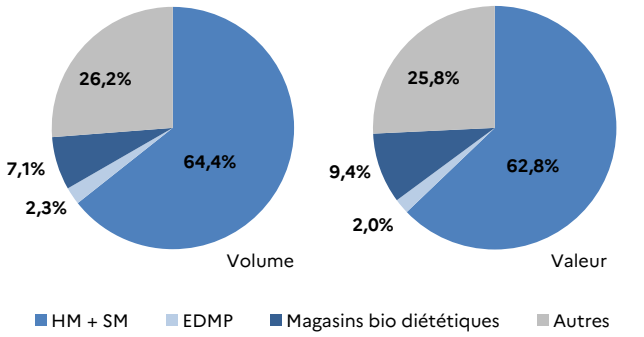
CRÈME BIOLOGIQUE

CRÈME BIOLOGIQUE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



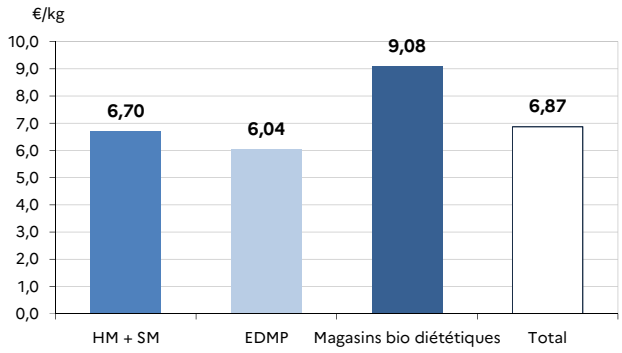
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME BIOLOGIQUE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

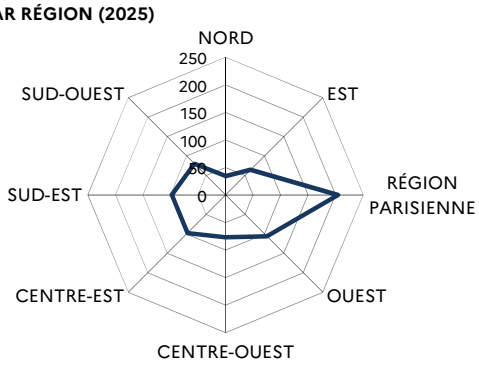
CRÈME BIOLOGIQUE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

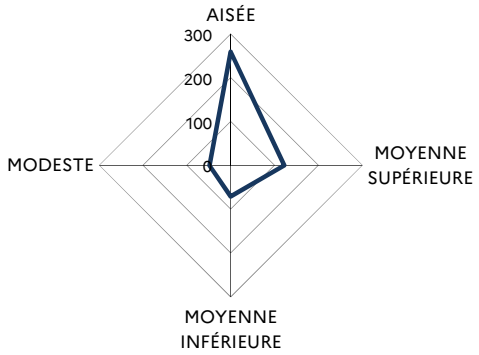
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

CRÈME BIOLOGIQUE : INDICE PAR RÉGION (2025)



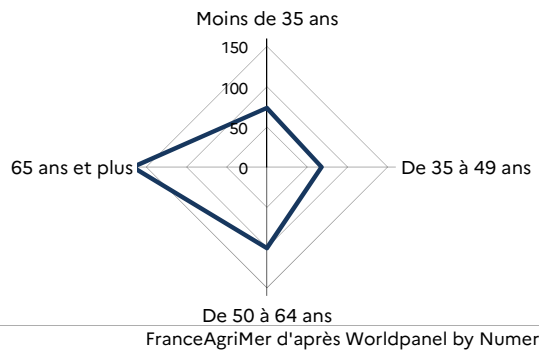
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME BIOLOGIQUE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



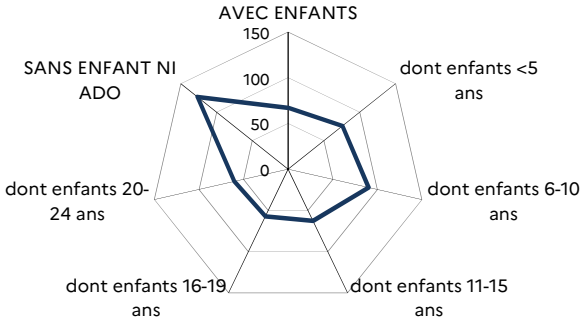
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME BIOLOGIQUE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



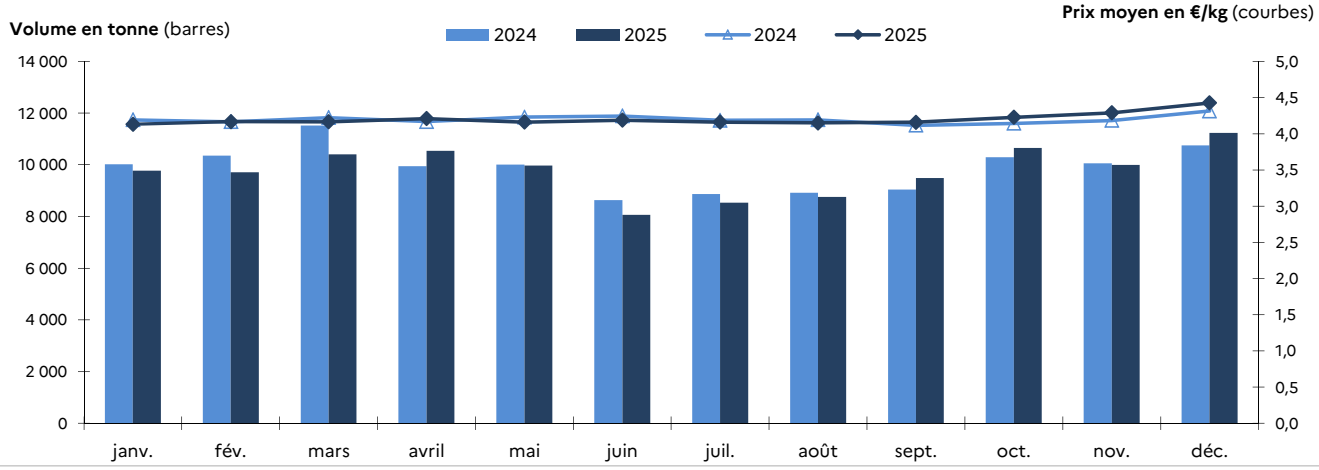
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME BIOLOGIQUE : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



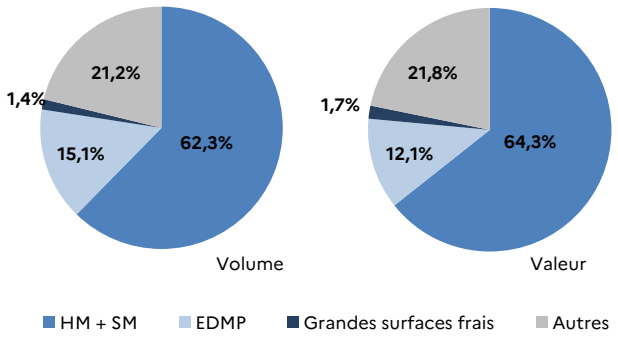
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME FRAÎCHE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



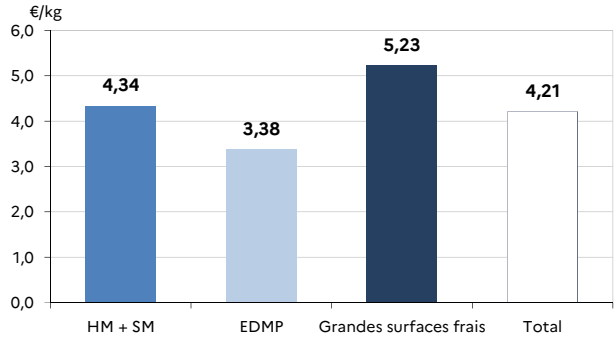
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME FRAÎCHE :
PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

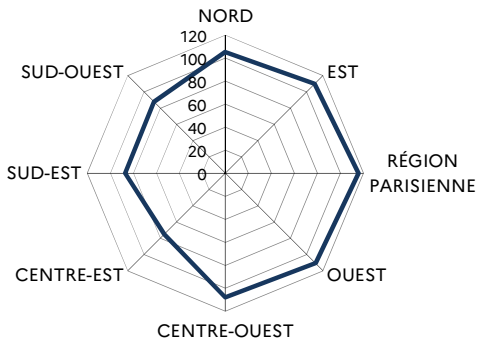
CRÈME FRAÎCHE :
PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

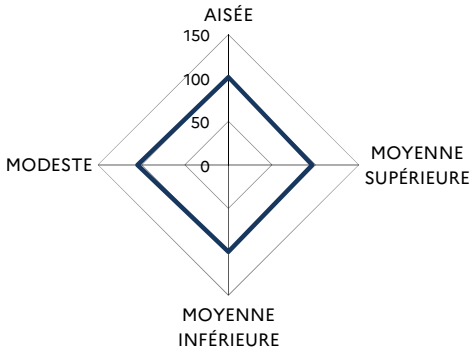
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

CRÈME FRAÎCHE :
INDICE PAR RÉGION (2025)



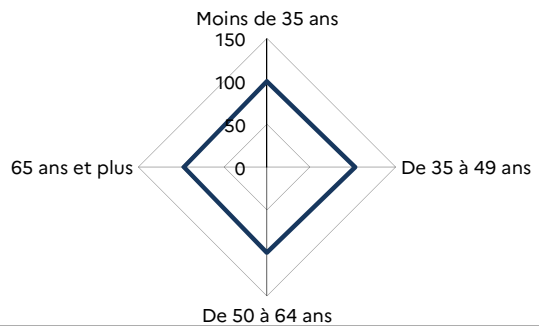
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME FRAÎCHE :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



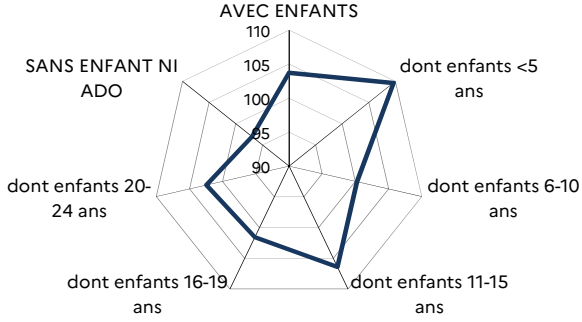
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME FRAÎCHE :
INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

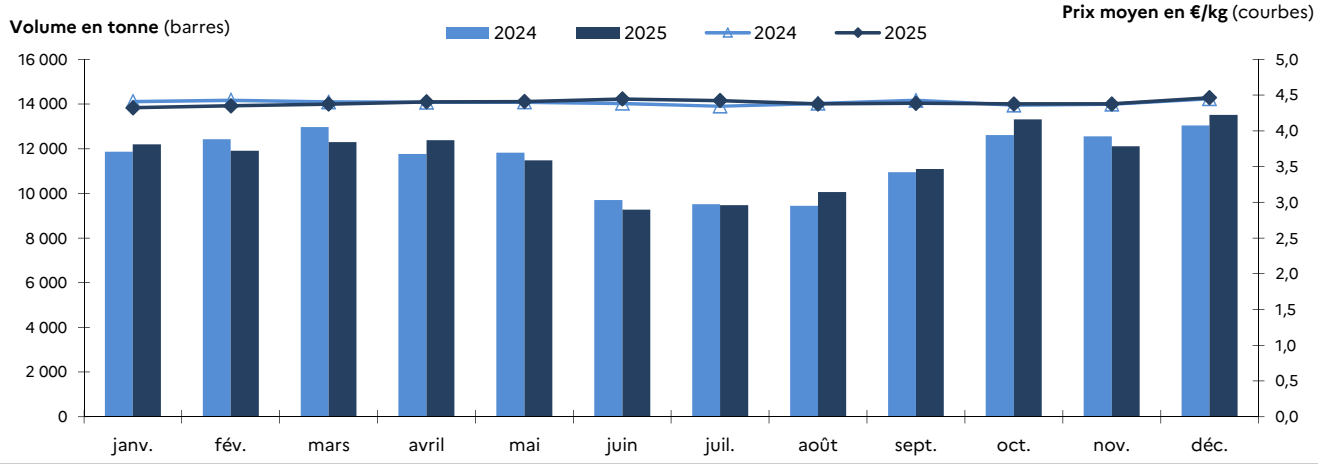
CRÈME FRAÎCHE :
INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

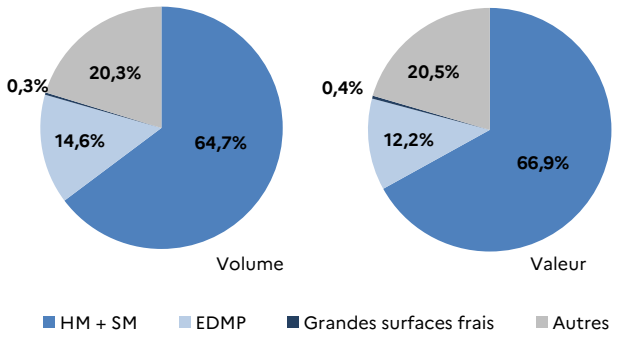
CRÈME LONGUE CONSERVATION

CRÈME LONGUE CONSERVATION : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



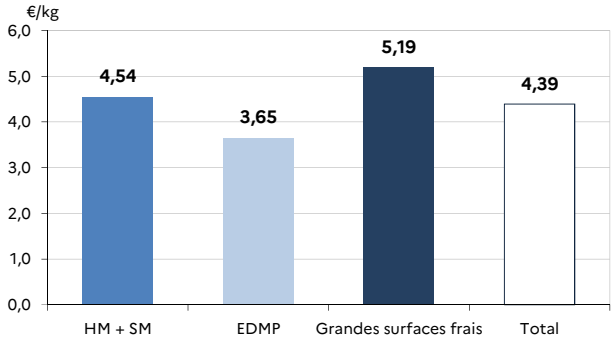
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME LONGUE CONSERVATION : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

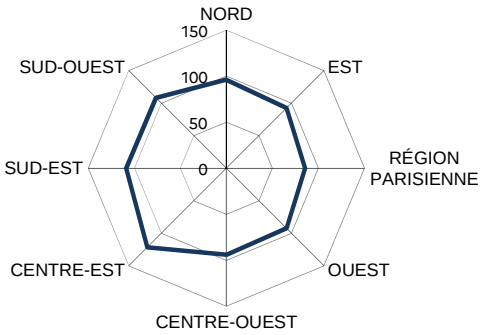
CRÈME LONGUE CONSERVATION : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

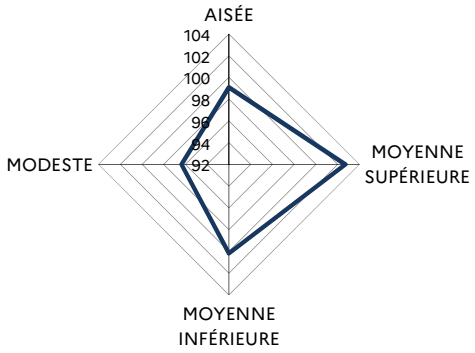
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

CRÈME LONGUE CONSERVATION : INDICE PAR RÉGION (2025)



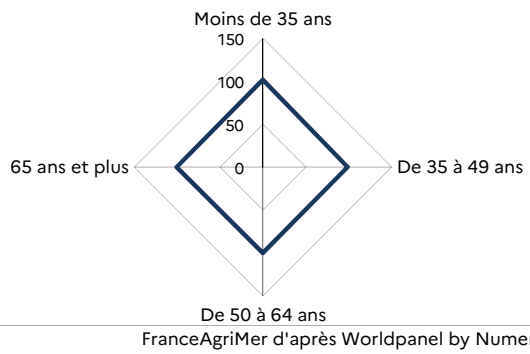
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME LONGUE CONSERVATION : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



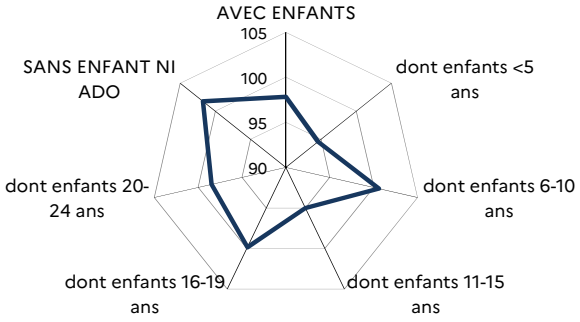
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME LONGUE CONSERVATION : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

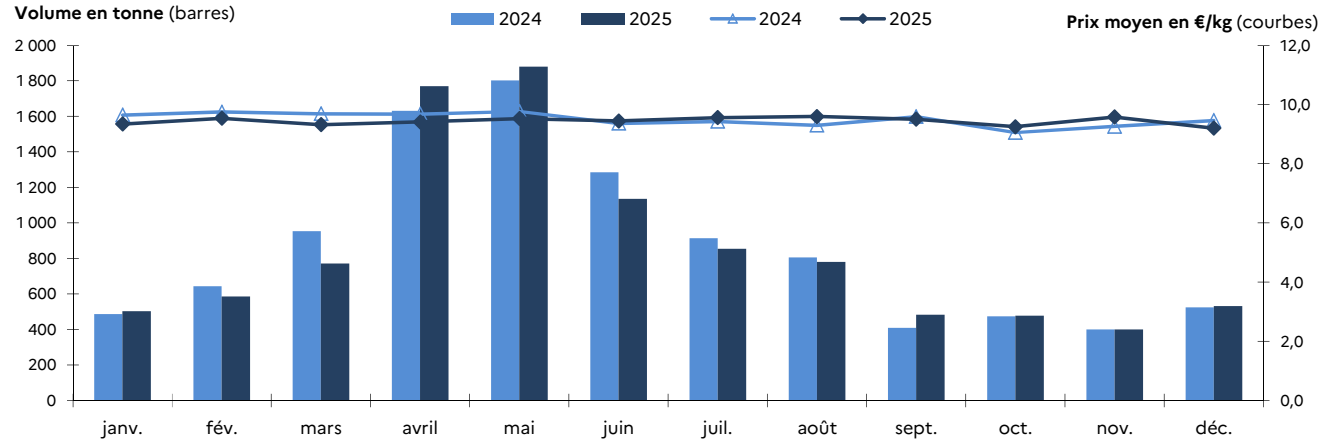
CRÈME LONGUE CONSERVATION : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

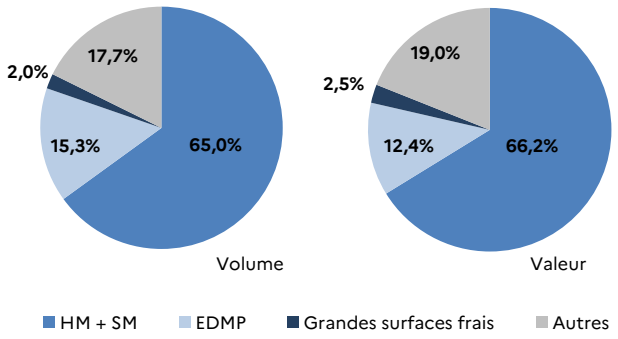
CRÈME AÉROSOL

CRÈME AÉROSOL : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



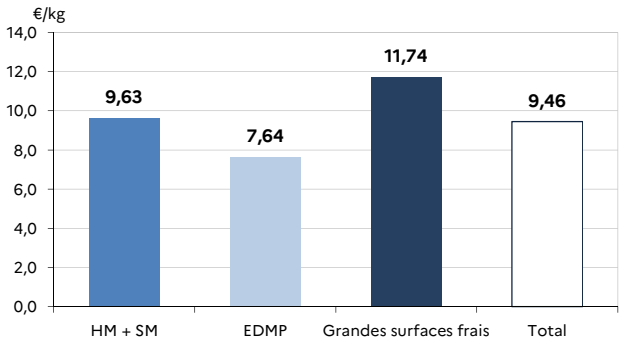
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME AÉROSOL : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

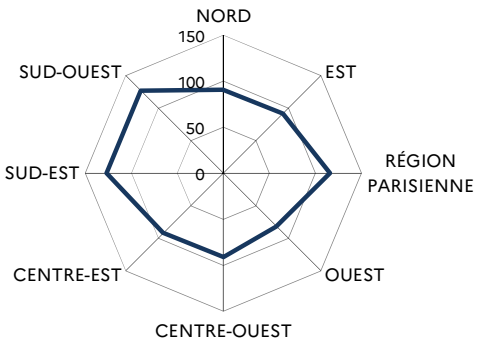
CRÈME AÉROSOL : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

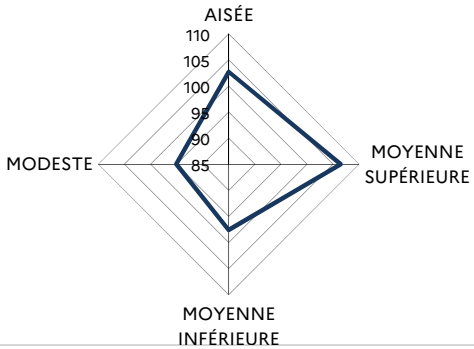
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

CRÈME AÉROSOL : INDICE PAR RÉGION (2025)



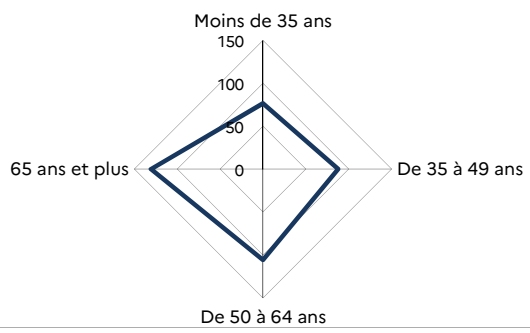
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME AÉROSOL : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



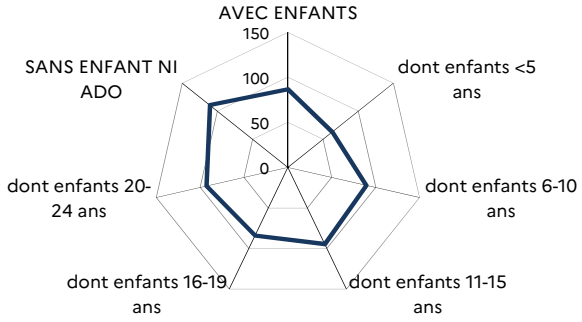
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME AÉROSOL : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CRÈME AÉROSOL : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



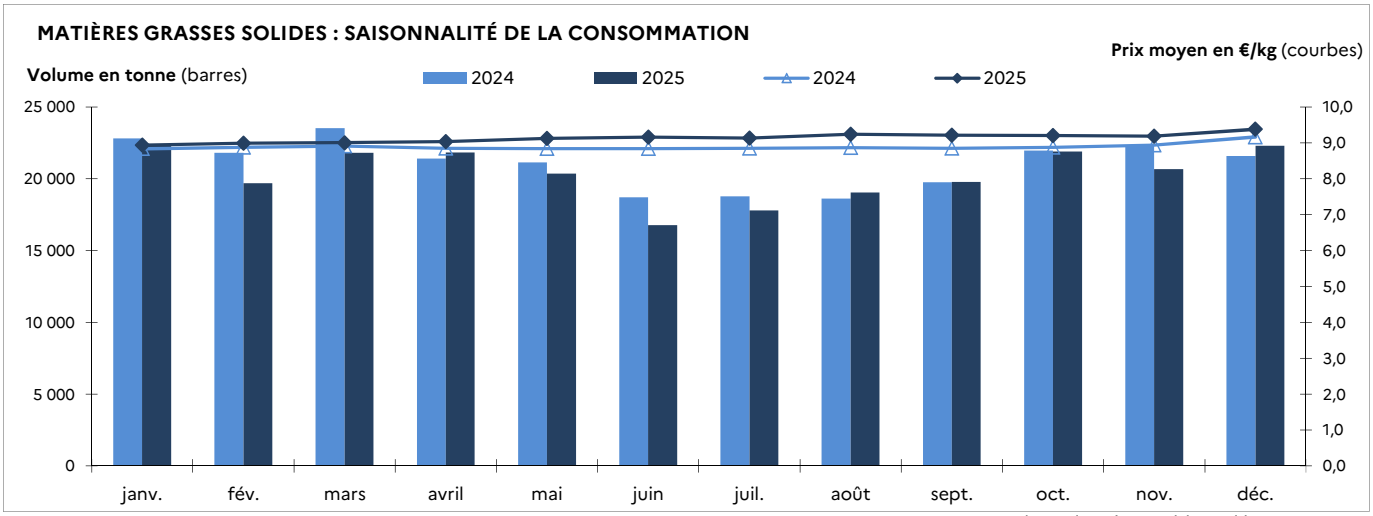
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MATIÈRES GRASSES SOLIDES

CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

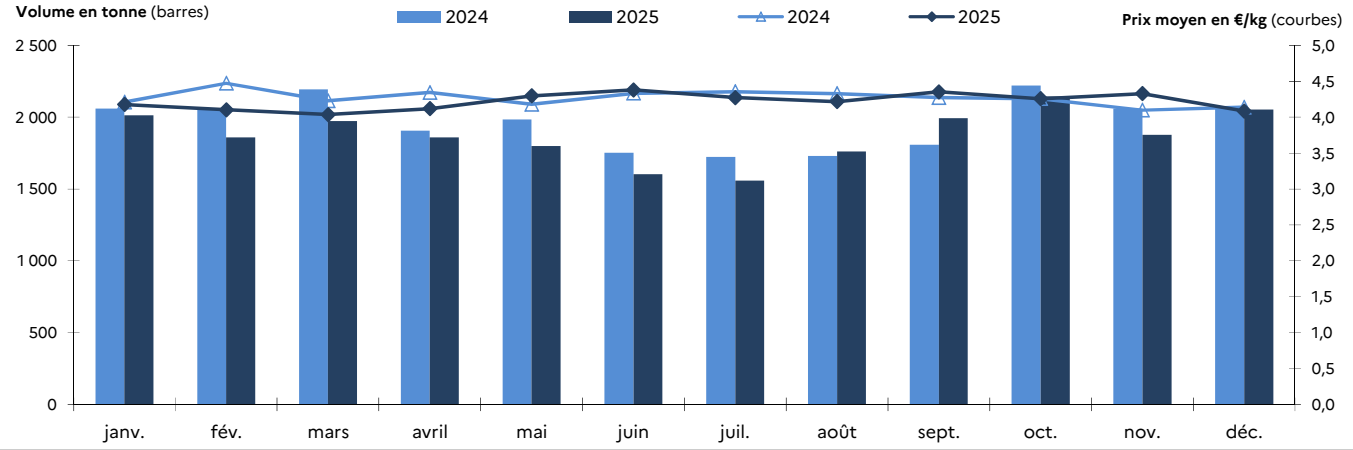
2025	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
MATIÈRES GRASSES SOLIDES	**9,13**	**2,7**	**244 178**	**-3,3**	**2 229 918**	**-0,6**	**98,2**	**-0,3**	**100,0**	**//**
Margarine	**4,22**	**-1,2**	**22 513**	**-4,5**	**94 911**	**-5,6**	**27,4**	**-1,3**	**9,2**	**-0,1**
Matières grasses allégées	**7,32**	**-0,4**	**71 918**	**-6,0**	**526 465**	**-6,4**	**69,4**	**-2,9**	**29,5**	**-0,9**
Beurre	**10,74**	**3,4**	**149 746**	**-1,7**	**1 608 542**	**1,7**	**89,1**	**-1,0**	**61,3**	**1,0**
Beurre biologique	11,97	2,7	6 780	-1,4	81 129	1,2	15,4	-0,2	2,8	0,1
Beurre non biologique	10,68	3,5	142 966	-1,7	1 527 413	1,7	88,2	-1,2	58,6	0,9
Beurre doux plaquette 250 g	10,33	5,8	43 608	-5,6	450 503	-0,1	55,7	-2,8	17,9	-0,4

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



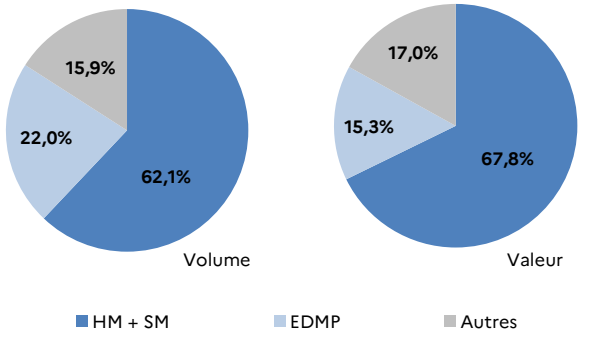
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MARGARINE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



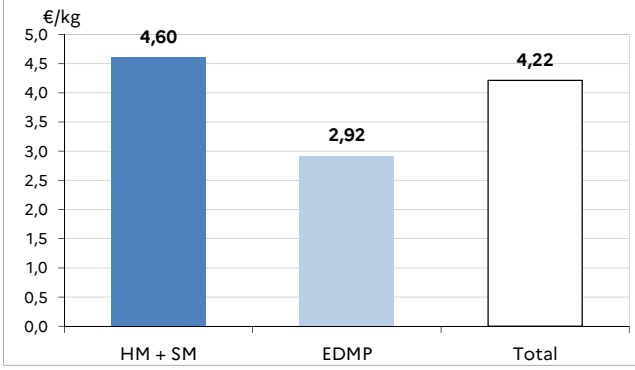
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MARGARINE :
PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

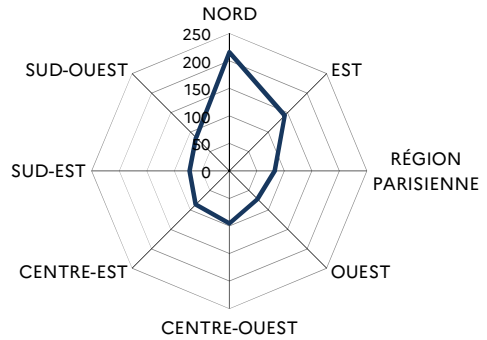
MARGARINE :
PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

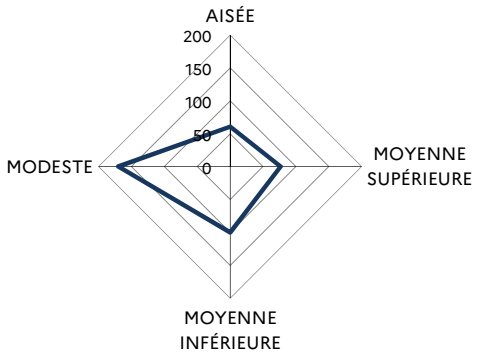
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

MARGARINE :
INDICE PAR RÉGION (2025)



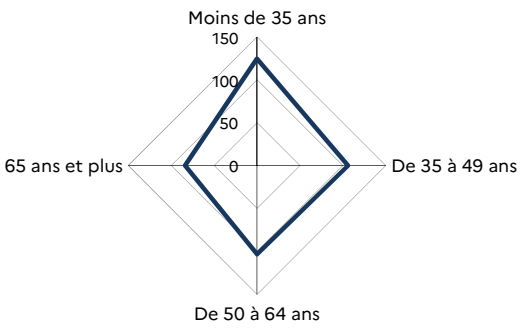
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MARGARINE :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



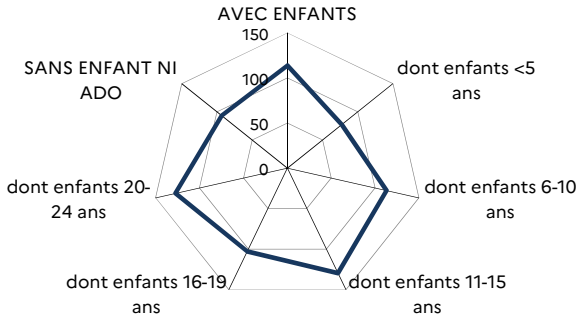
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MARGARINE :
INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

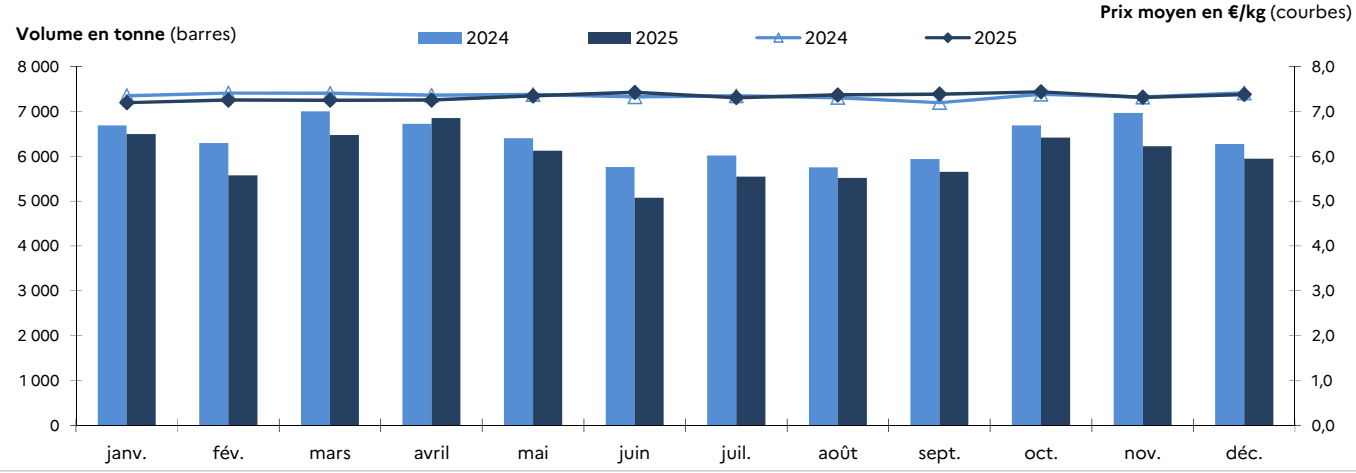
MARGARINE :
INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

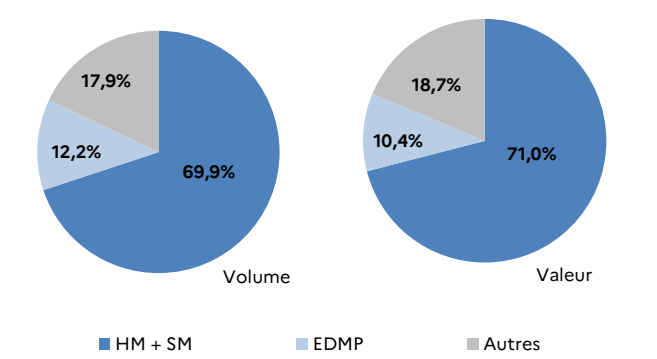
MATIÈRES GRASSES ALLÉGÉES

MATIÈRES GRASSES ALLÉGÉES : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



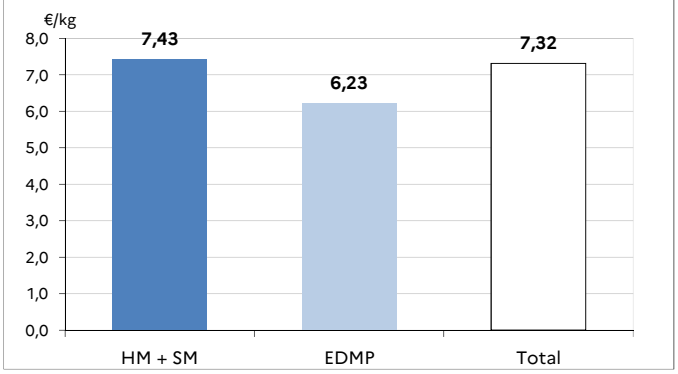
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MATIÈRES GRASSES ALLÉGÉES : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

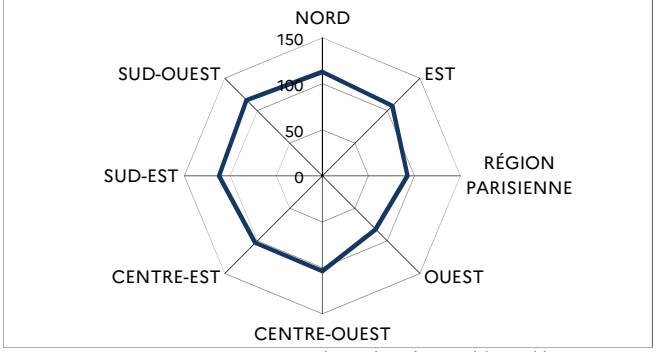
MATIÈRES GRASSES ALLÉGÉES : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

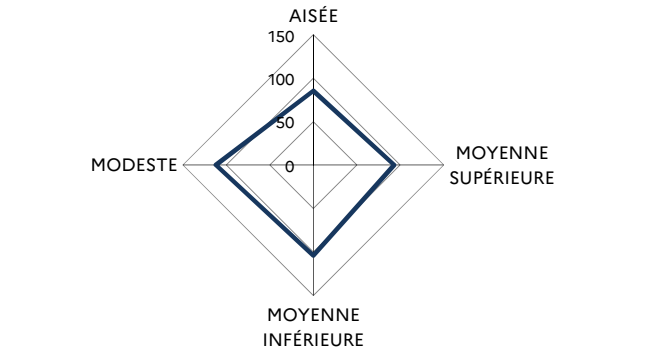
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

MATIÈRES GRASSES ALLÉGÉES : INDICE PAR RÉGION (2025)



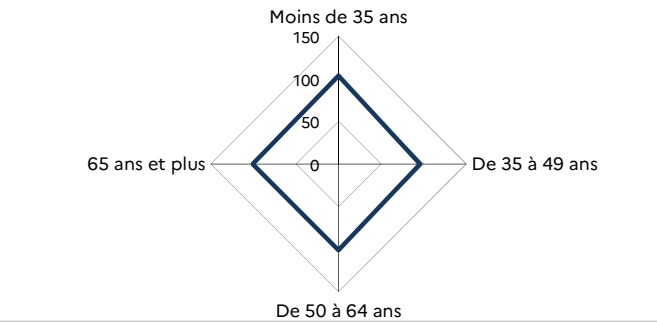
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MATIÈRES GRASSES ALLÉGÉES : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



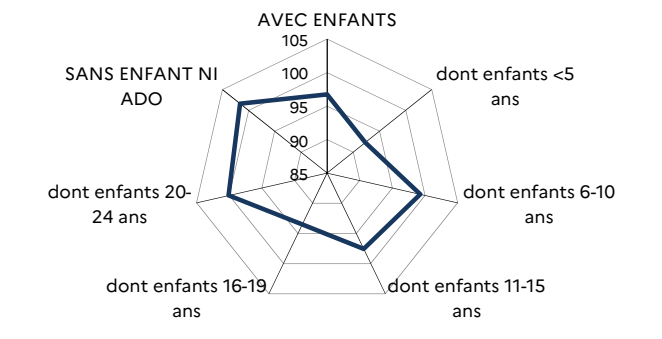
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MATIÈRES GRASSES ALLÉGÉES : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



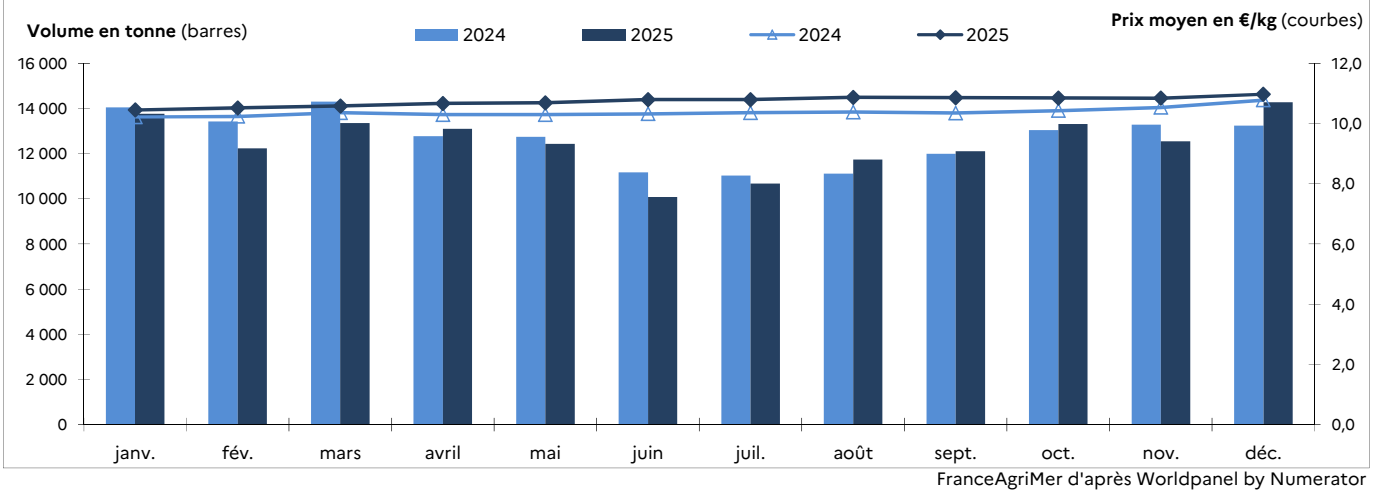
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

MATIÈRES GRASSES ALLÉGÉES : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



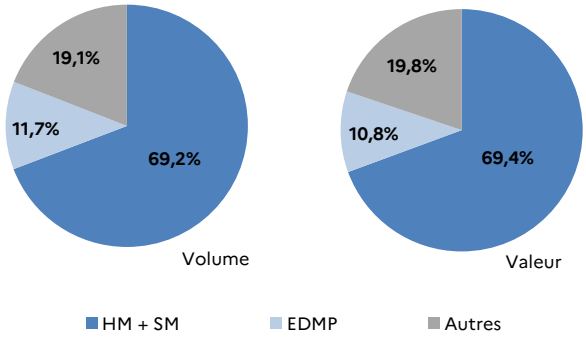
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

BEURRE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



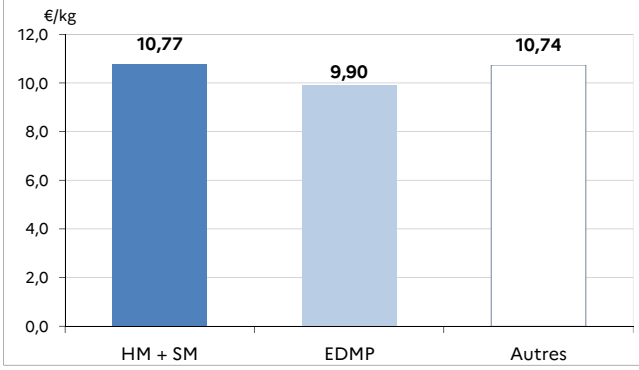
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BEURRE :
PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

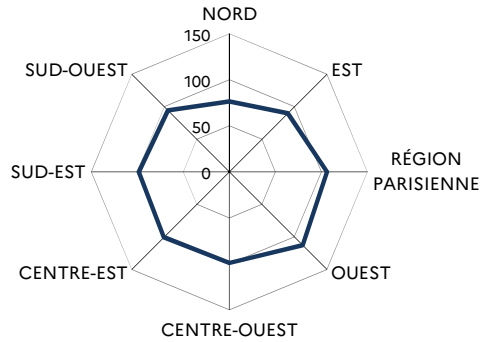
BEURRE :
PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

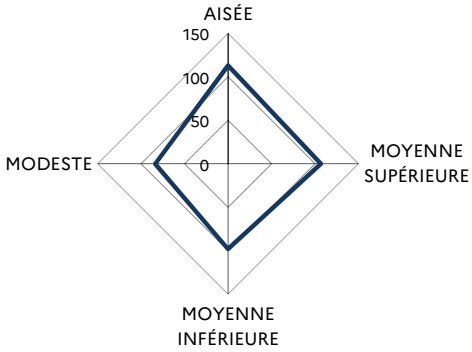
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

BEURRE :
INDICE PAR RÉGION (2025)



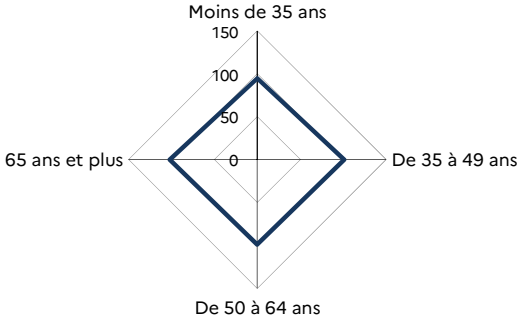
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BEURRE :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



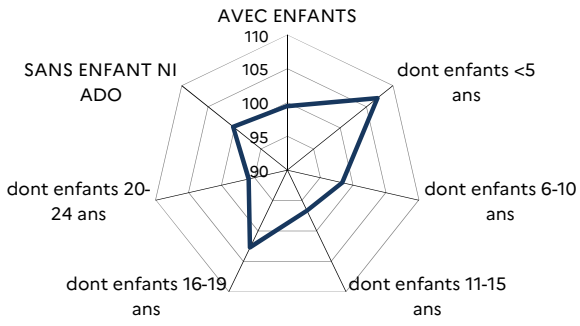
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BEURRE :
INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

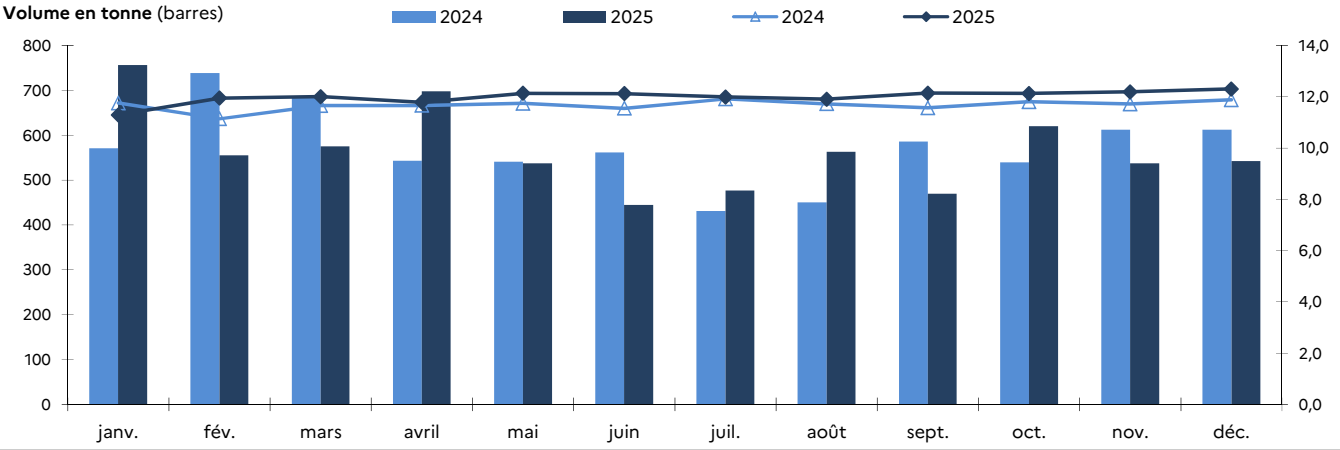
BEURRE :
INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

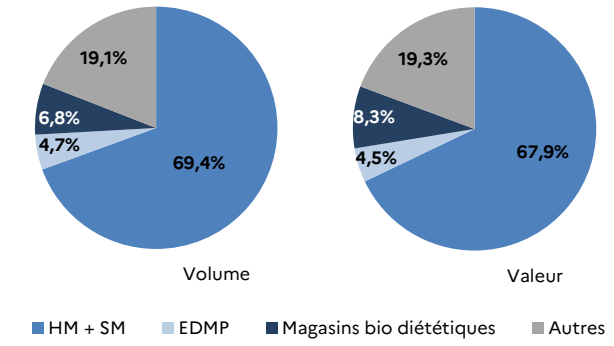
BEURRE BIOLOGIQUE

BEURRE BIOLOGIQUE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



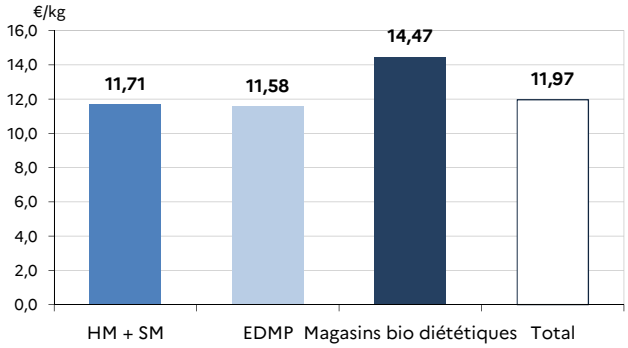
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BEURRE BIOLOGIQUE :
PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

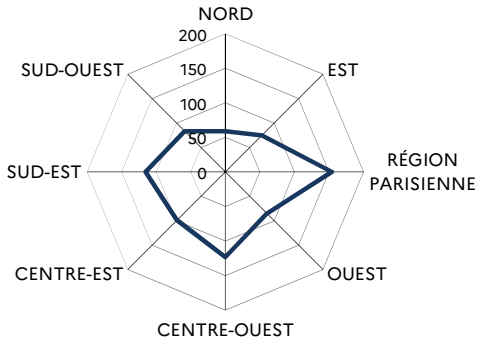
BEURRE BIOLOGIQUE :
PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

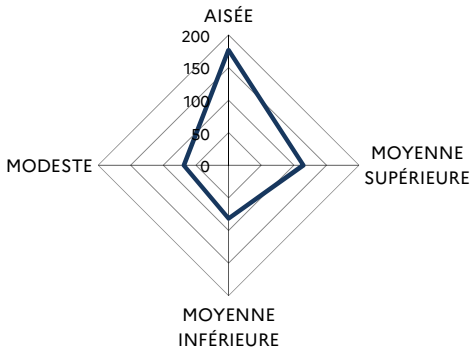
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

BEURRE BIOLOGIQUE :
INDICE PAR RÉGION (2025)



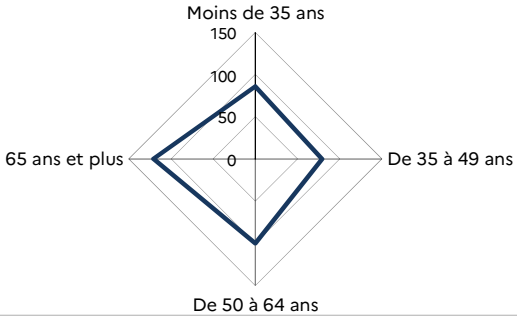
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BEURRE BIOLOGIQUE :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



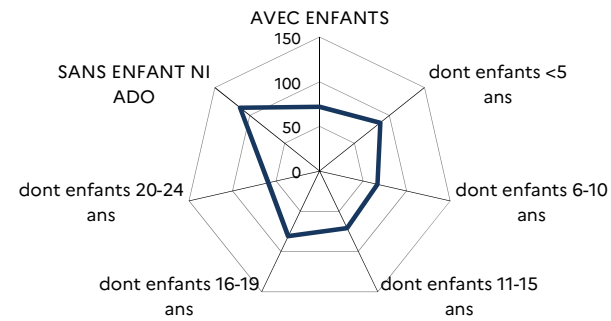
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BEURRE BIOLOGIQUE :
INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BEURRE BIOLOGIQUE :
INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



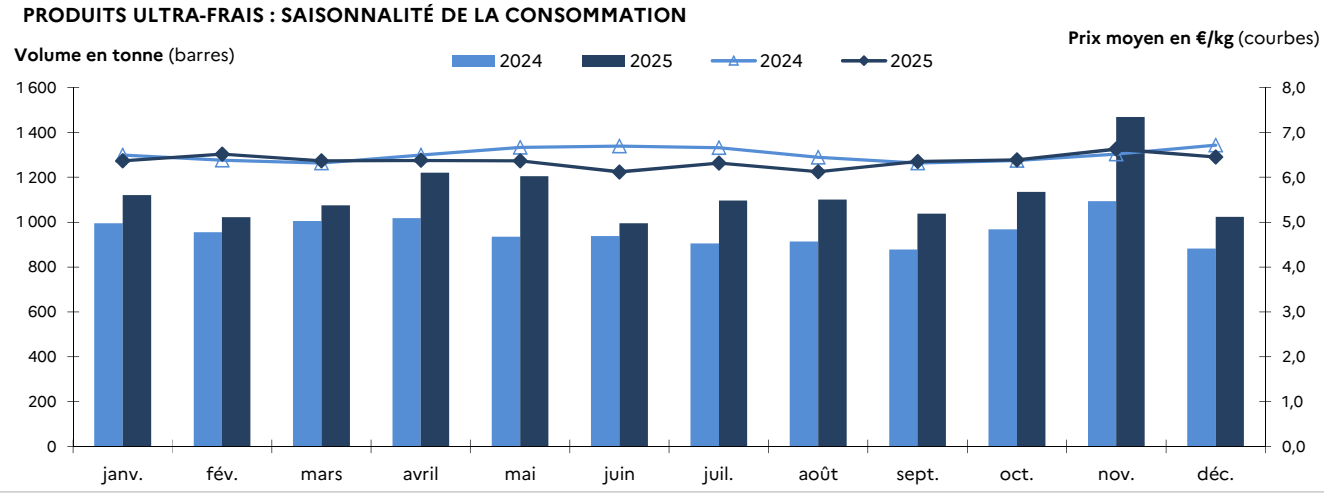
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2025	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
PRODUITS ULTRA-FRAIS	**3,18**	**0,6**	**1 689 963**	**1,3**	**5 367 370**	**2,0**	**99,4**	**0,0**	**100,0**	**//**
Au lait de vache	**3,12**	**0,5**	**1 654 987**	**1,1**	**5 164 746**	**1,6**	**99,3**	**0,0**	**97,9**	**-0,2**
Au lait de brebis	**6,45**	**-2,7**	**19 097**	**15,3**	**123 219**	**12,2**	**18,5**	**0,7**	**1,1**	**0,1**
Au lait de chèvre	**4,79**	**-2,2**	**15 463**	**16,1**	**74 048**	**13,5**	**11,9**	**-0,1**	**0,9**	**0,1**
Yaourts	**2,79**	**1,6**	**962 068**	**2,6**	**2 679 397**	**4,2**	**97,5**	**0,2**	**56,9**	**0,7**
Au lait de vache	2,71	1,5	935 164	2,2	2 533 534	3,7	97,1	0,2	55,3	0,5
Au lait de brebis	6,37	-2,0	13 503	17,6	86 035	15,2	15,8	0,7	0,8	0,1
Au lait de chèvre	4,45	-2,8	13 325	15,7	59 285	12,5	10,5	0,2	0,8	0,1
Biologiques	3,31	1,5	41 793	6,2	138 370	7,7	29,2	1,0	2,5	0,1
Non biologiques	2,76	1,6	920 274	2,4	2 541 027	4,0	97,0	0,2	54,5	0,6
Nature	2,35	2,5	359 239	7,0	844 332	9,7	82,5	1,4	21,3	1,1
Non nature	3,03	1,8	592 872	0,1	1 797 765	1,8	91,2	-0,3	35,1	-0,4
Allégés	3,00	4,5	56 006	-8,8	168 125	-4,6	34,3	-1,0	3,3	-0,4
Non allégés	2,58	0,7	836 746	1,8	2 162 077	2,5	96,4	0,3	49,5	0,2
À boire	3,08	0,8	92 020	-1,9	283 507	-1,1	42,0	-0,7	5,4	-0,2
Autres qu'à boire	2,74	1,8	860 146	3,1	2 358 994	4,9	96,8	0,1	50,9	0,9
Fromages frais	**3,12**	**-1,6**	**314 528**	**0,6**	**981 164**	**-1,0**	**88,4**	**-0,2**	**18,6**	**-0,1**
Au lait de vache	3,05	-1,7	307 944	0,4	938 008	-1,4	87,6	-0,4	18,2	-0,2
Au lait de brebis	6,49	-4,1	4 716	12,0	30 589	7,4	7,8	0,4	0,3	0,0
Au lait de chèvre	6,73	-1,8	1 869	14,5	12 567	12,4	3,4	-0,2	0,1	0,0
Biologiques	5,49	1,7	5 232	0,7	28 706	2,4	8,8	-0,3	0,3	0,0
Non biologiques	3,08	-1,6	309 296	0,6	952 458	-1,0	87,9	-0,2	18,3	-0,1
À pâte douce	3,08	-1,7	249 734	1,8	769 728	0,1	83,6	0,0	14,8	0,1
Petits suisses	3,26	-0,7	64 794	-3,8	211 436	-4,5	50,5	0,4	3,8	-0,2
Desserts frais	**4,13**	**1,2**	**413 187**	**-0,9**	**1 705 271**	**0,2**	**90,7**	**-0,8**	**24,4**	**-0,6**
Biologiques	5,39	-6,1	6 158	0,5	33 164	-5,6	11,0	-0,1	0,4	0,0
Non biologiques	4,11	1,3	407 029	-0,9	1 672 108	0,4	90,3	-0,8	24,1	-0,6

FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

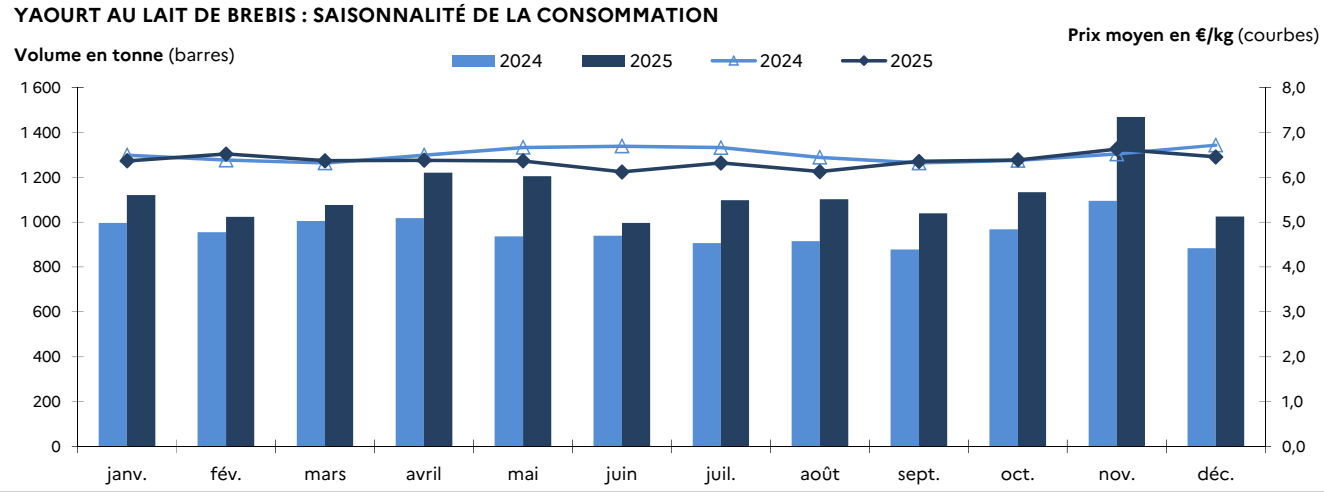
PRODUITS ULTRA-FRAIS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

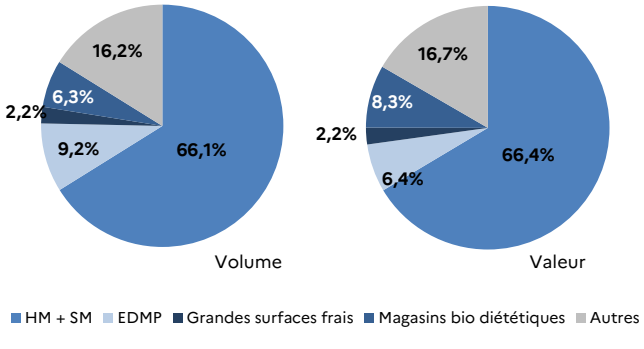
YAOURT AU LAIT DE BREBIS

YAOURT AU LAIT DE BREBIS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



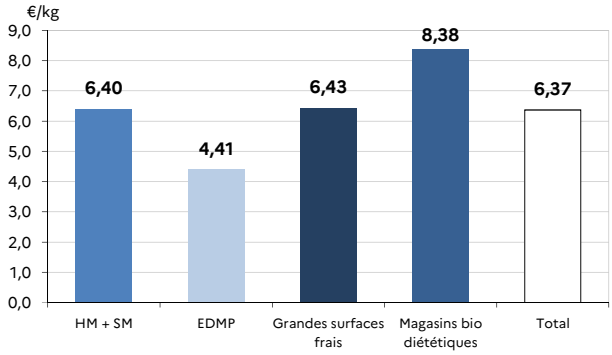
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT AU LAIT DE BREBIS : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

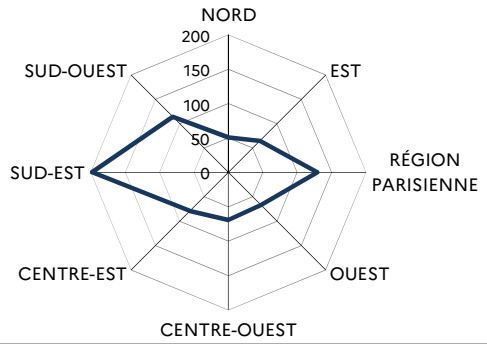
YAOURT AU LAIT DE BREBIS : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

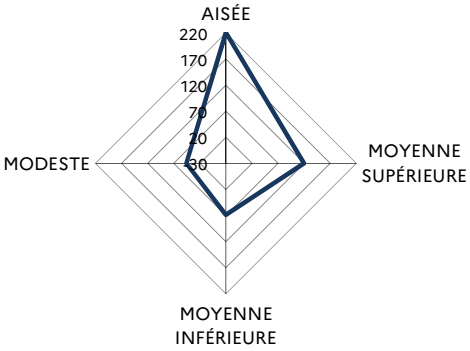
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

YAOURT AU LAIT DE BREBIS : INDICE PAR RÉGION (2025)



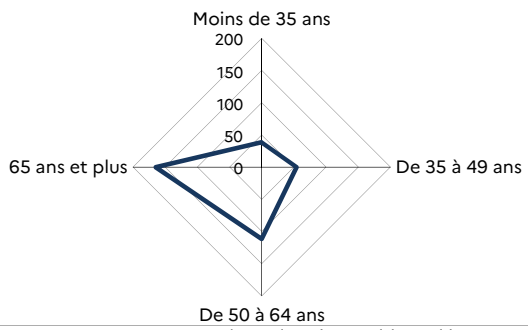
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT AU LAIT DE BREBIS : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



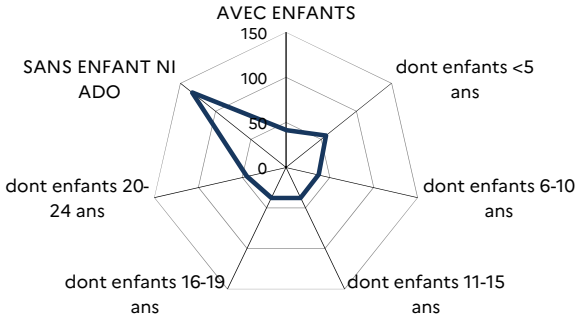
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT AU LAIT DE BREBIS : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

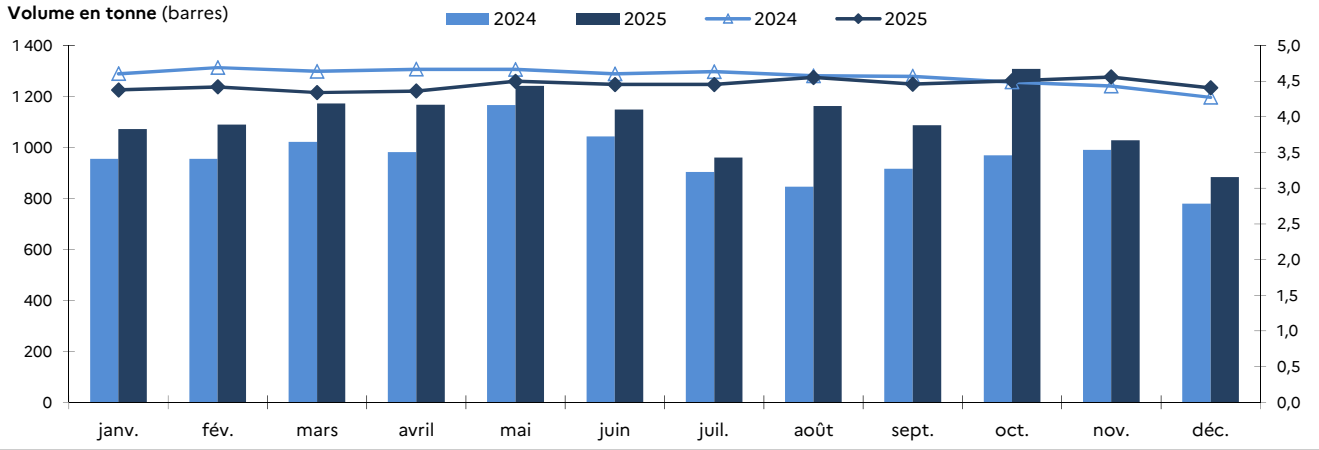
YAOURT AU LAIT DE BREBIS : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

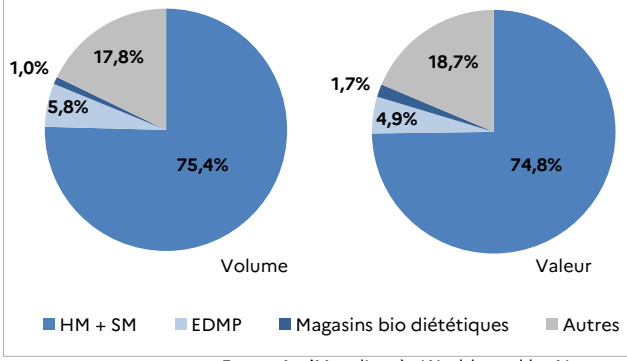
YAOURT AU LAIT DE CHÈVRE

YAOURT AU LAIT DE CHÈVRE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



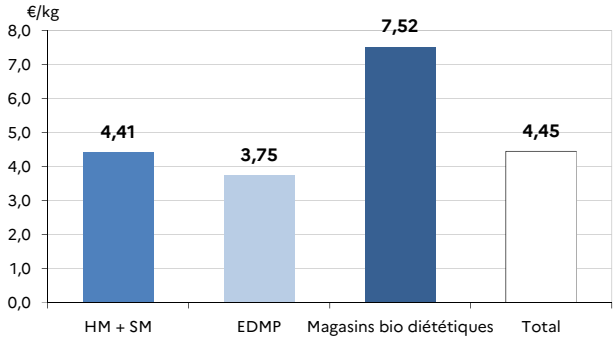
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT AU LAIT DE CHÈVRE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

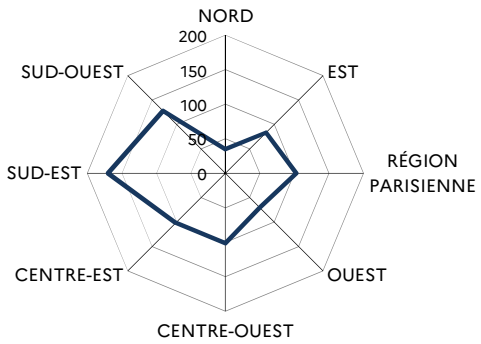
YAOURT AU LAIT DE CHÈVRE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

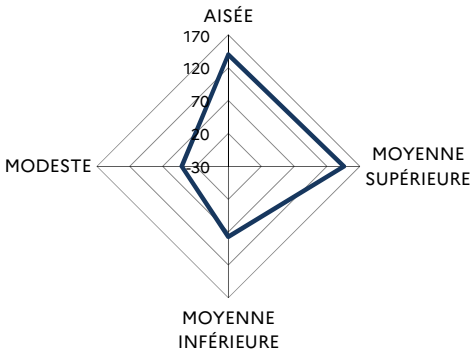
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

YAOURT AU LAIT DE CHÈVRE : INDICE PAR RÉGION (2025)



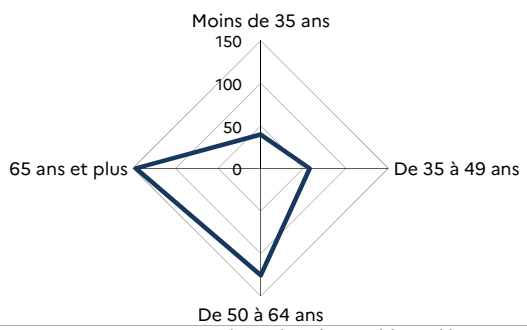
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT AU LAIT DE CHÈVRE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



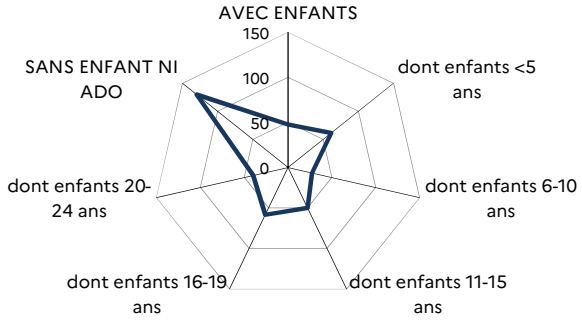
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT AU LAIT DE CHÈVRE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

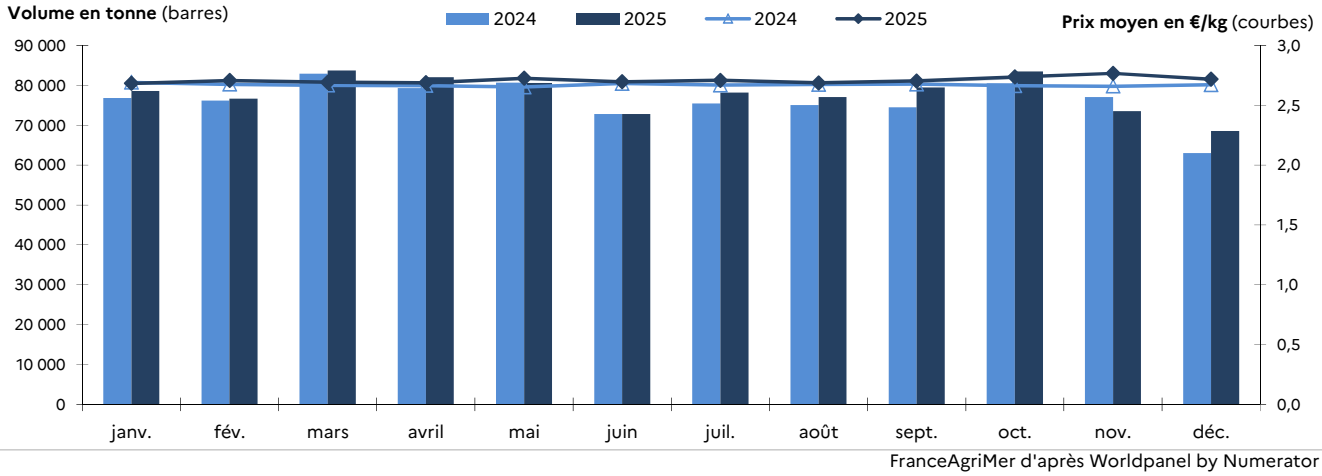
YAOURT AU LAIT DE CHÈVRE : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

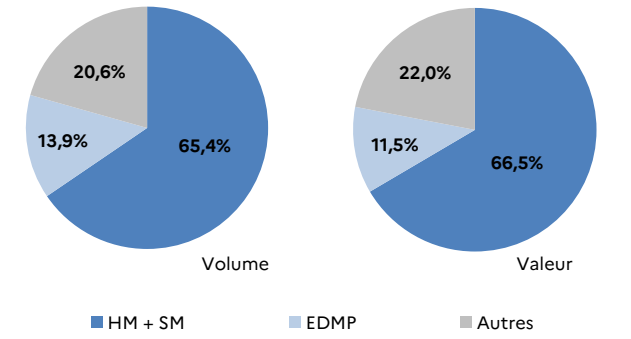
YAOURT AU LAIT DE VACHE

YAOURT AU LAIT DE VACHE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



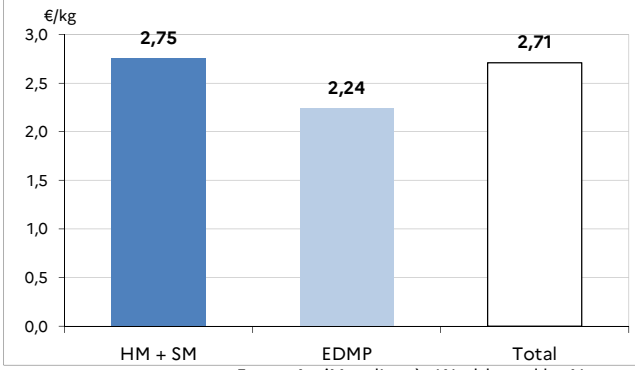
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT AU LAIT DE VACHE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

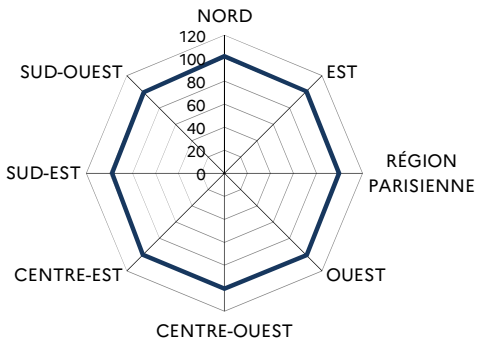
YAOURT AU LAIT DE VACHE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

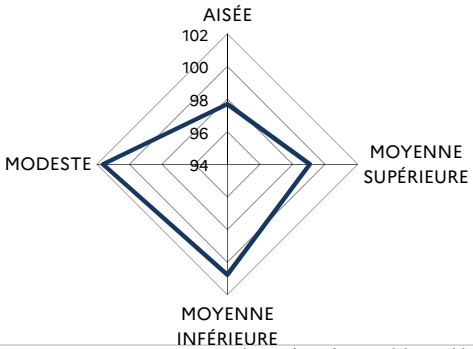
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

YAOURT AU LAIT DE VACHE : INDICE PAR RÉGION (2025)



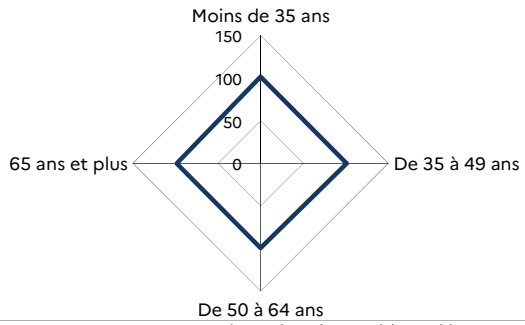
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT AU LAIT DE VACHE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



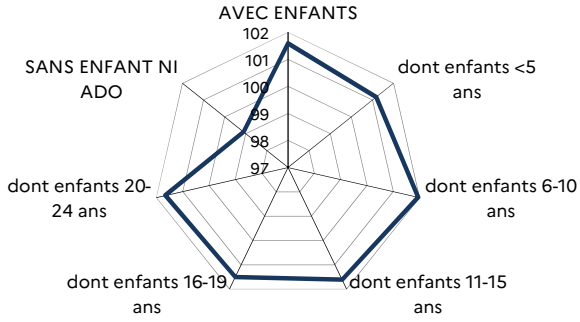
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT AU LAIT DE VACHE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



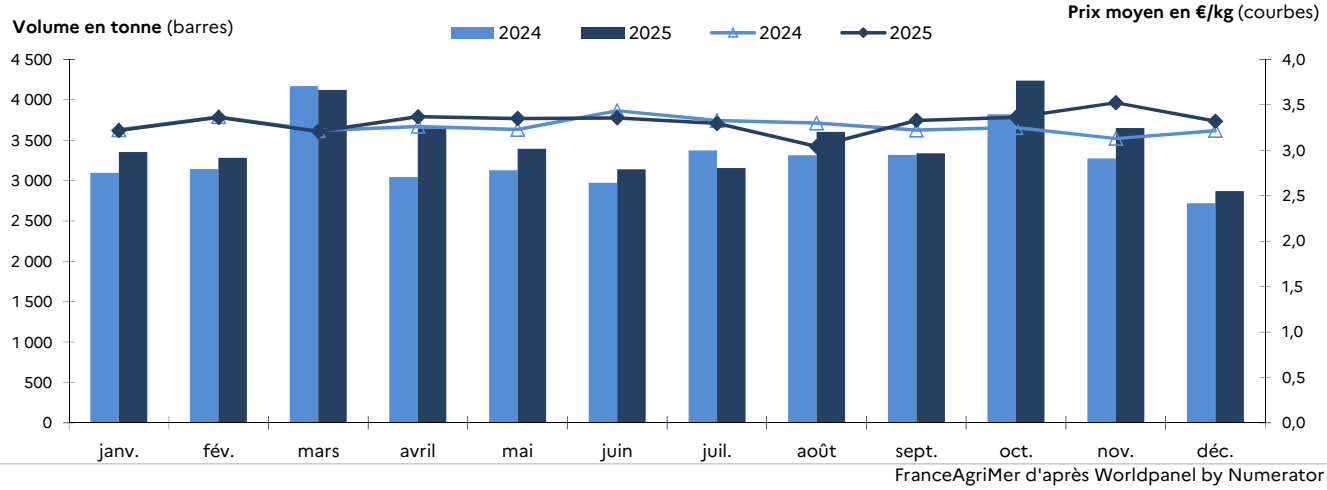
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT AU LAIT DE VACHE : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



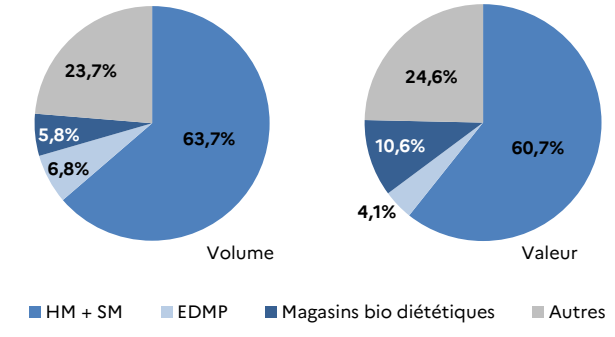
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT BIOLOGIQUE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



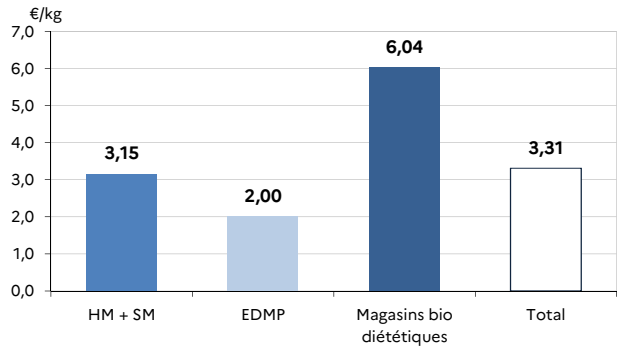
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT BIOLOGIQUE :
PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

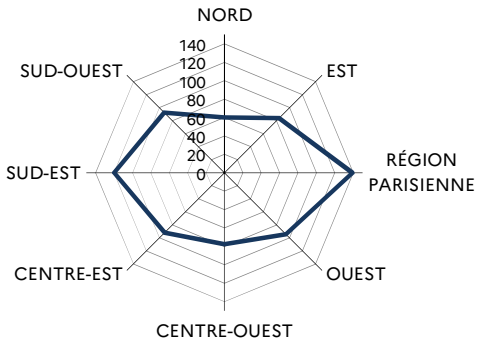
YAOURT BIOLOGIQUE :
PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

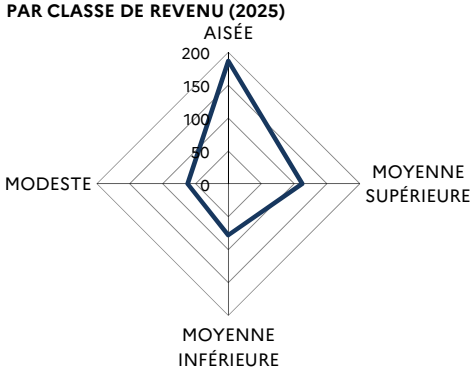
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

YAOURT BIOLOGIQUE :
INDICE PAR RÉGION (2025)



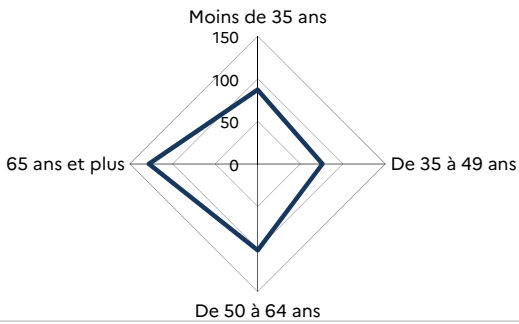
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT BIOLOGIQUE :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



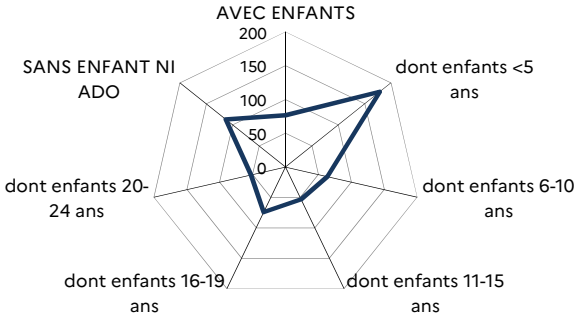
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

YAOURT BIOLOGIQUE :
INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

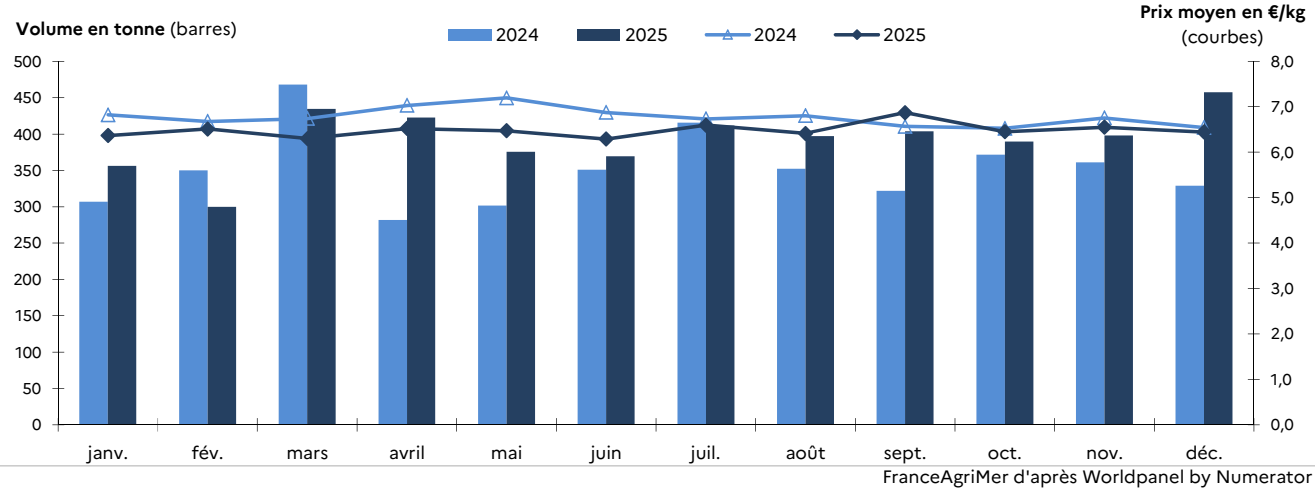
YAOURT BIOLOGIQUE :
INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

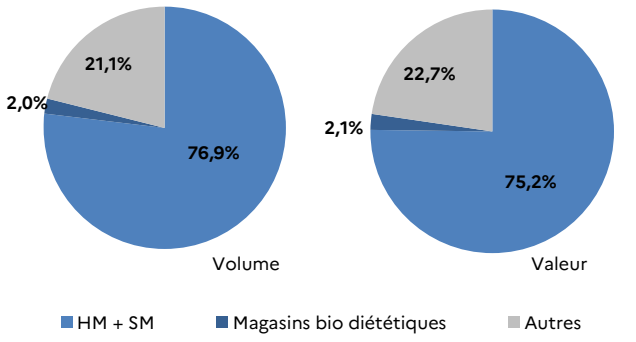
FROMAGE FRAIS AU LAIT DE BREBIS

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE BREBIS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



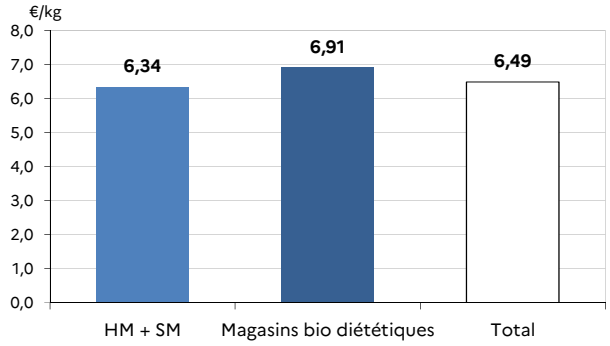
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE BREBIS : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

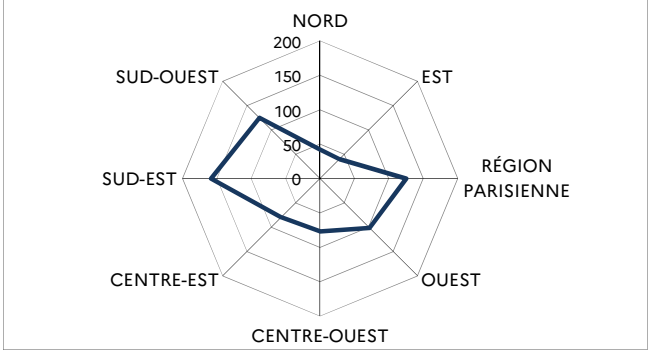
FROMAGE FRAIS AU LAIT DE BREBIS : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

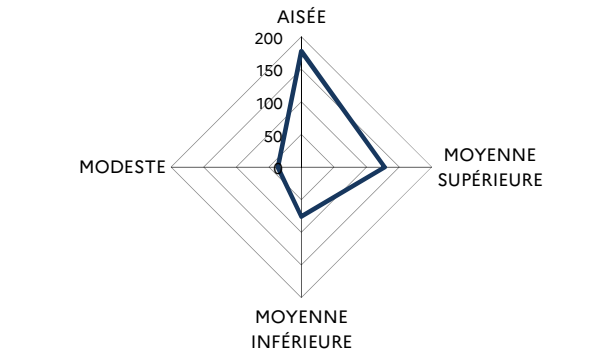
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE BREBIS : INDICE PAR RÉGION (2025)



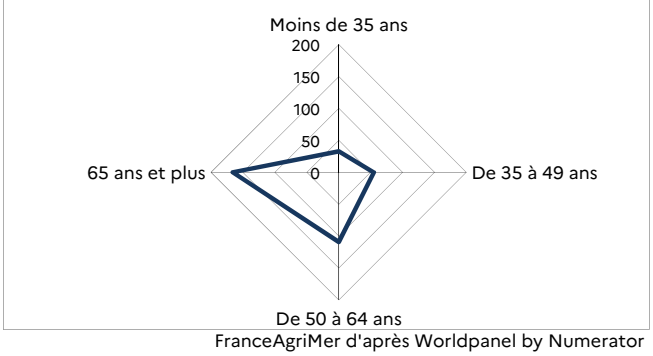
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE BREBIS : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



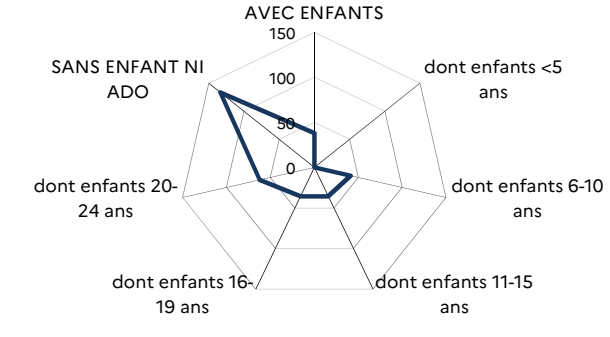
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE BREBIS : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

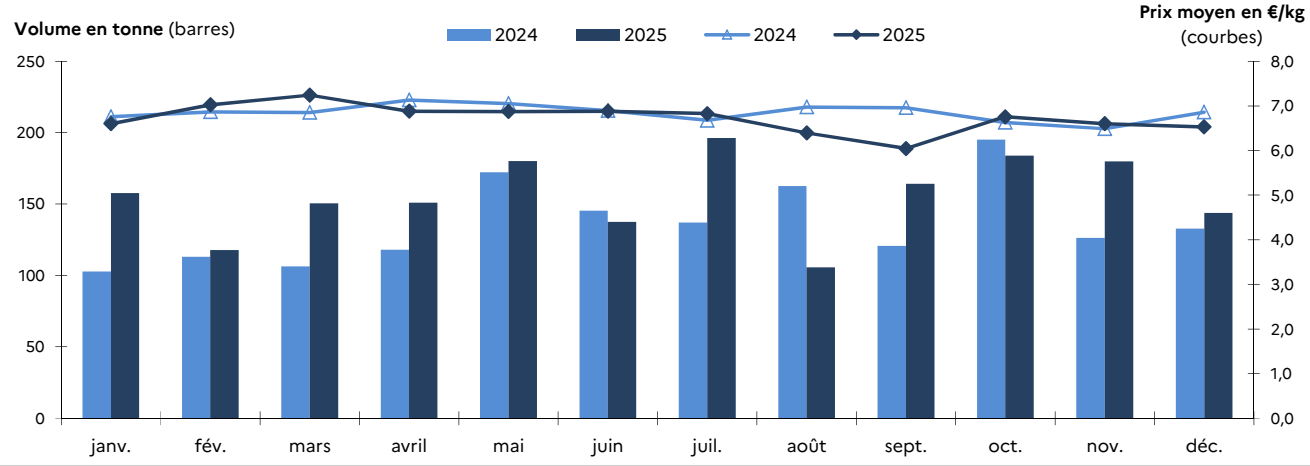
FROMAGE FRAIS AU LAIT DE BREBIS : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

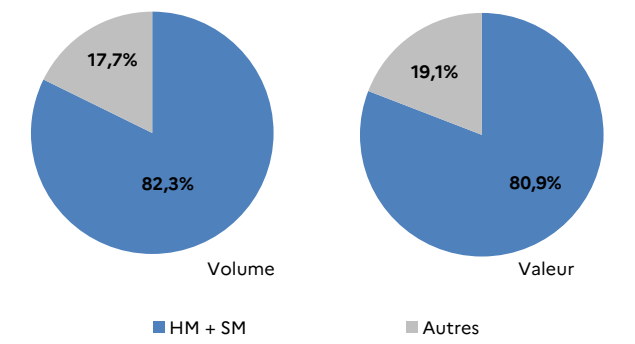
FROMAGE FRAIS AU LAIT DE CHÈVRE

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE CHÈVRE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



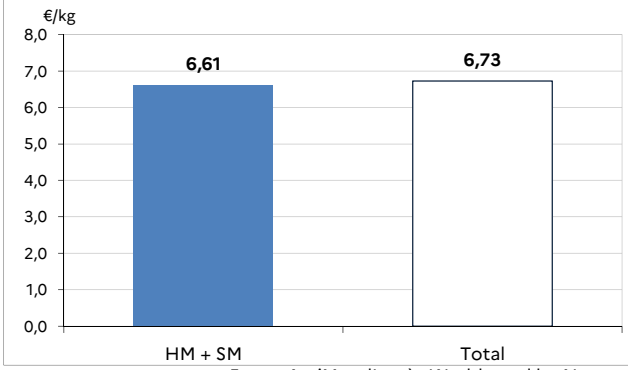
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE CHÈVRE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

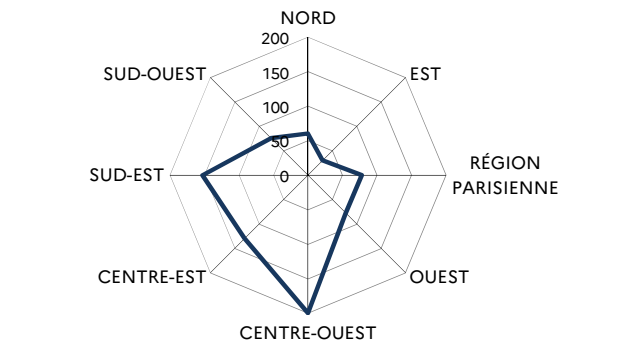
FROMAGE FRAIS AU LAIT DE CHÈVRE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

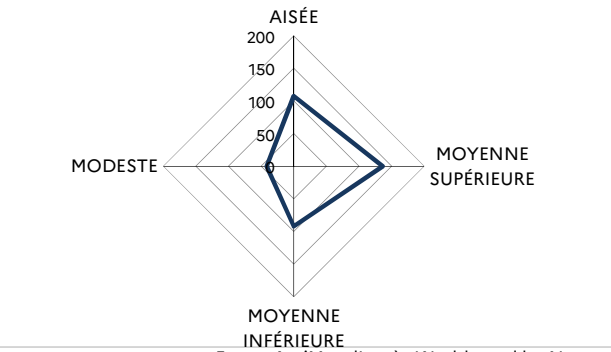
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE CHÈVRE : INDICE PAR RÉGION (2025)



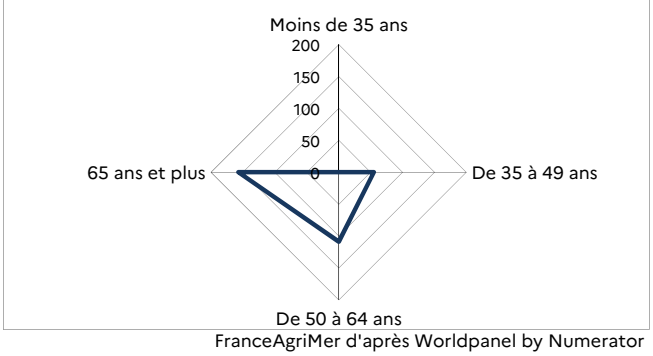
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE CHÈVRE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



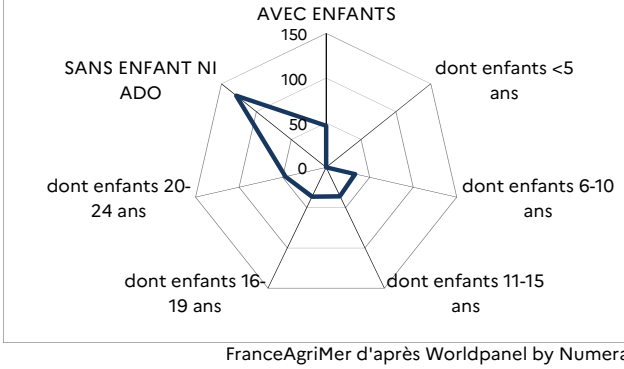
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE CHÈVRE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

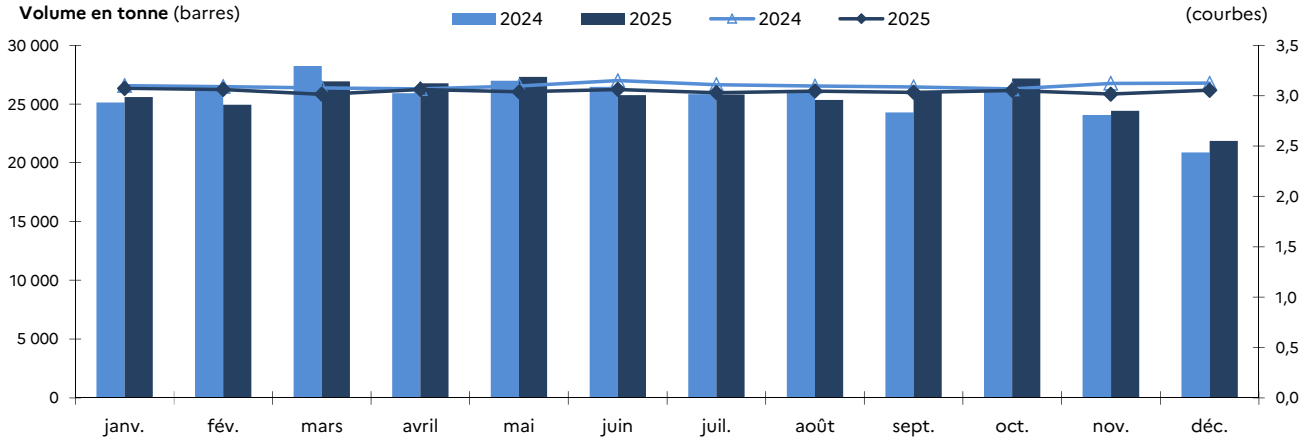
FROMAGE FRAIS AU LAIT DE CHÈVRE : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

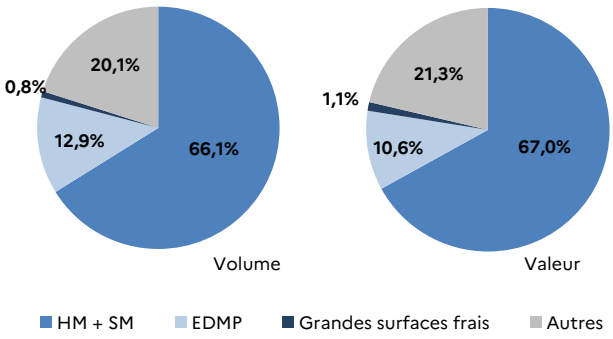
FROMAGE FRAIS AU LAIT DE VACHE

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE VACHE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



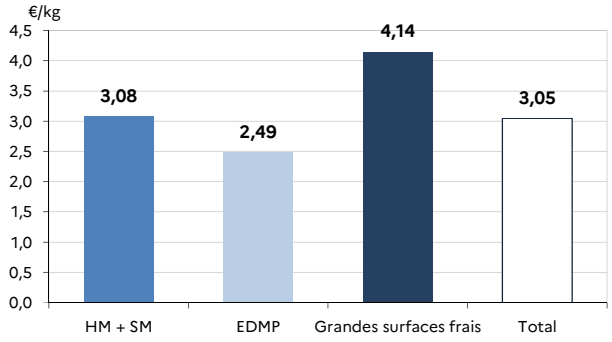
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE VACHE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

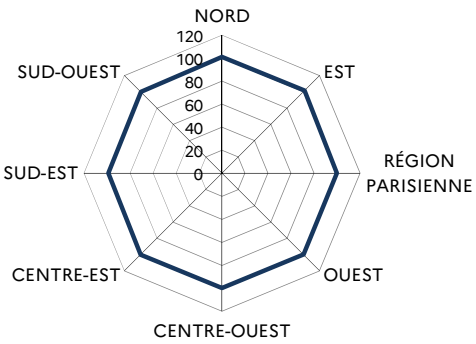
FROMAGE FRAIS AU LAIT DE VACHE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

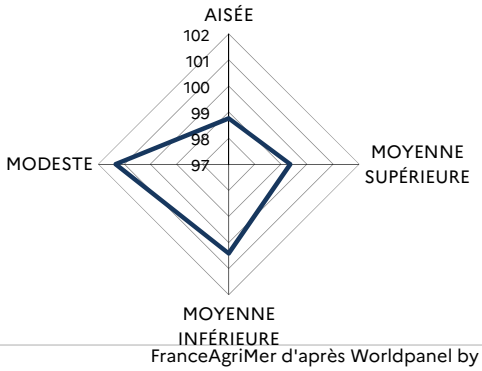
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE VACHE : INDICE PAR RÉGION (2025)



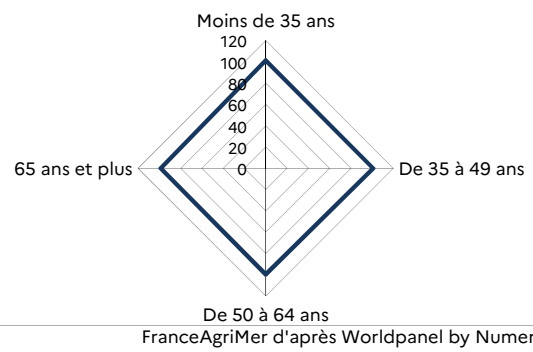
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE VACHE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



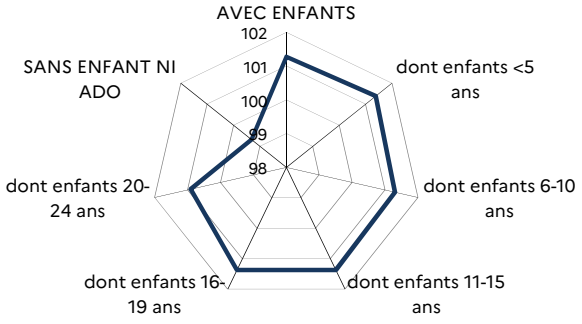
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE VACHE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

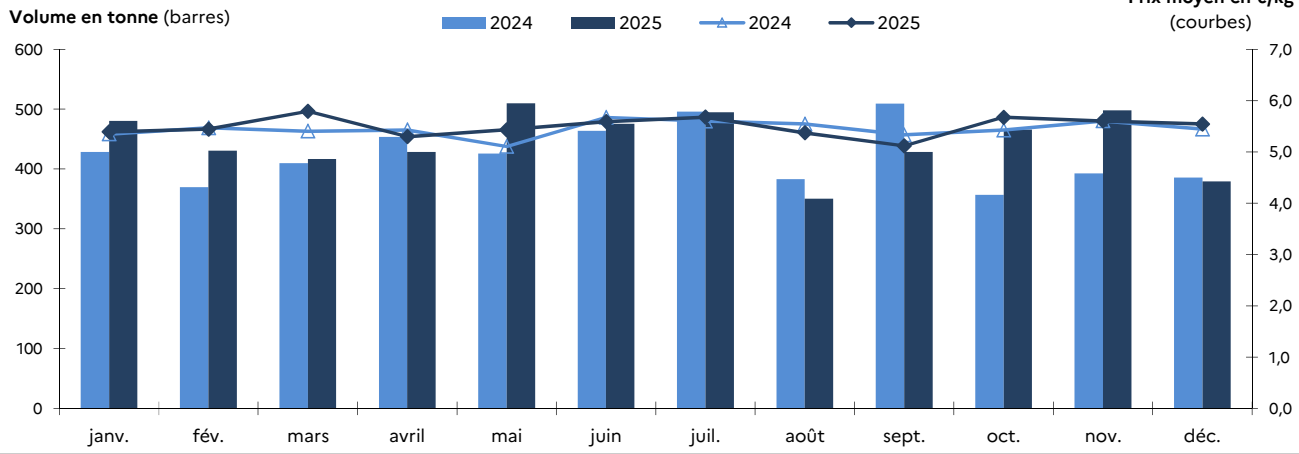
FROMAGE FRAIS AU LAIT DE VACHE : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

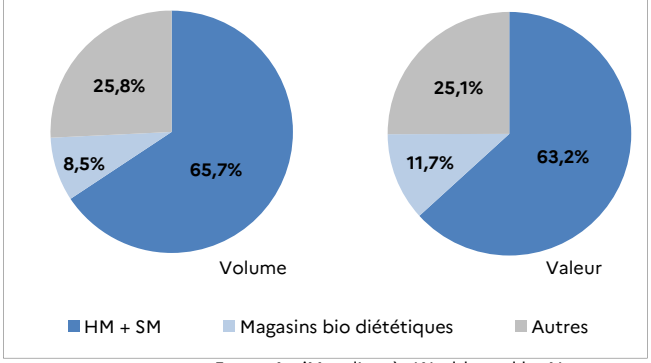
FROMAGE FRAIS BIOLOGIQUE

FROMAGE FRAIS BIOLOGIQUE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



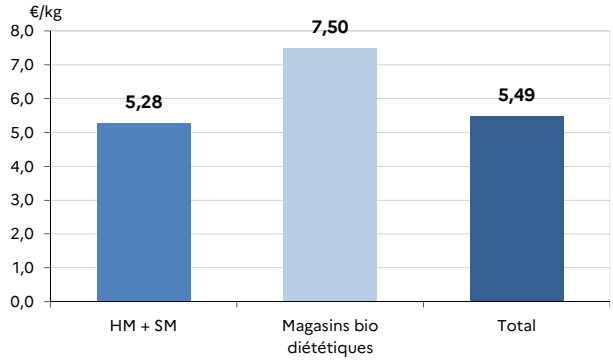
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS BIOLOGIQUE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

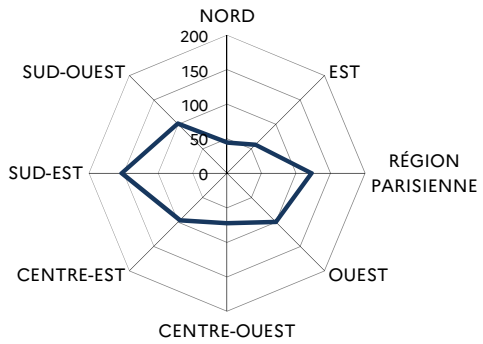
FROMAGE FRAIS BIOLOGIQUE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

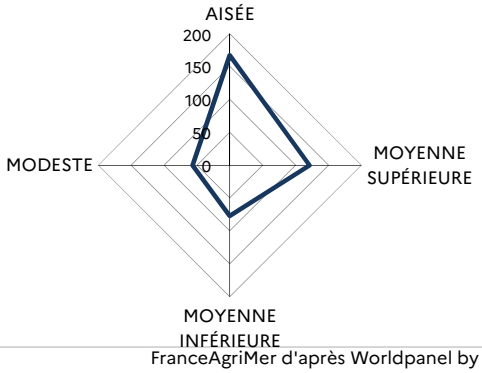
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

FROMAGE FRAIS BIOLOGIQUE : INDICE PAR RÉGION (2025)



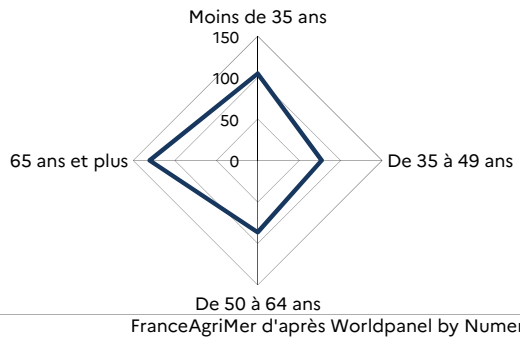
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS BIOLOGIQUE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



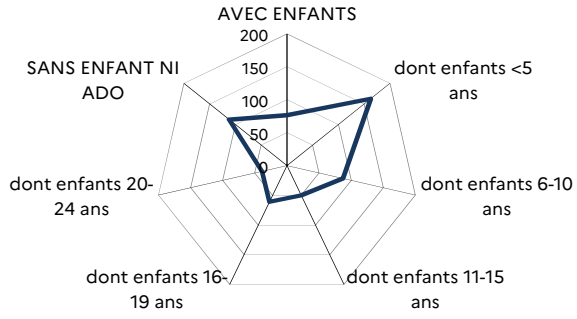
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS BIOLOGIQUE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



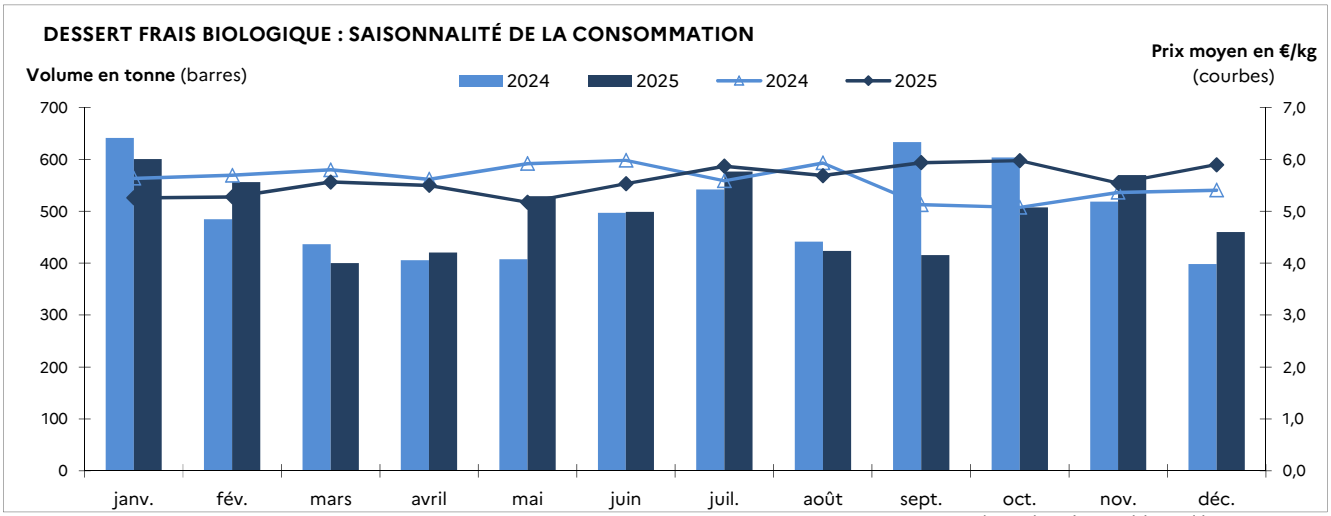
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS BIOLOGIQUE : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)

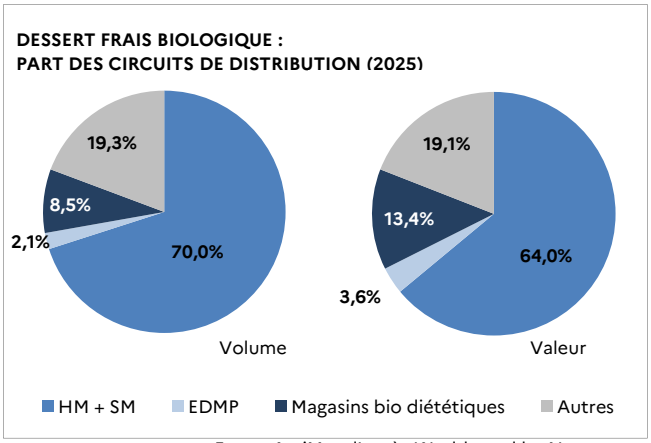


FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

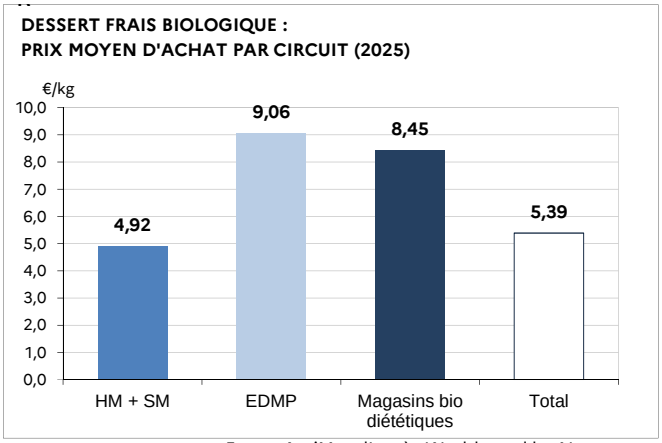
DESSERT FRAIS BIOLOGIQUE



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

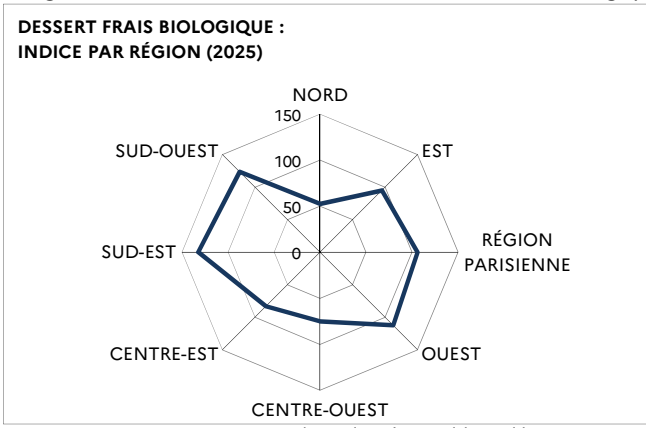


FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

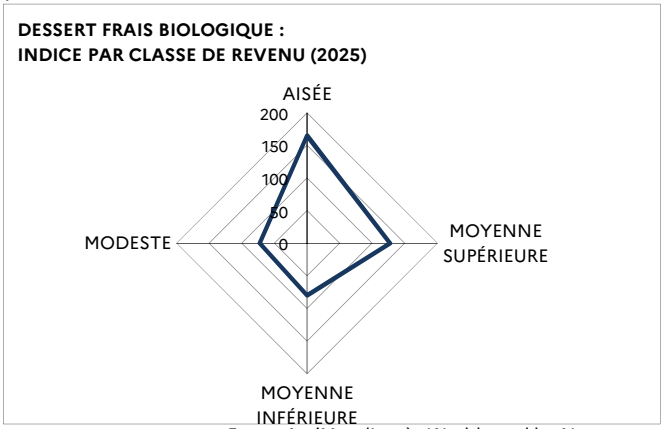


FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

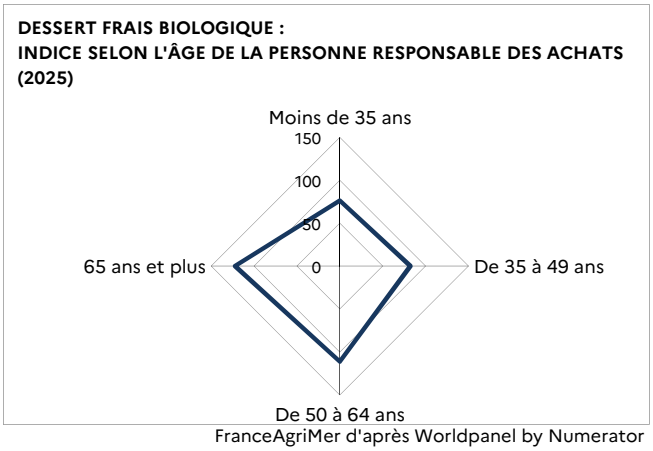
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes



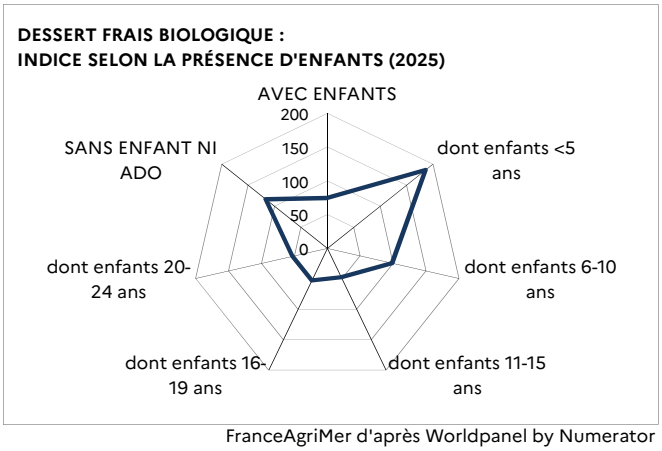
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



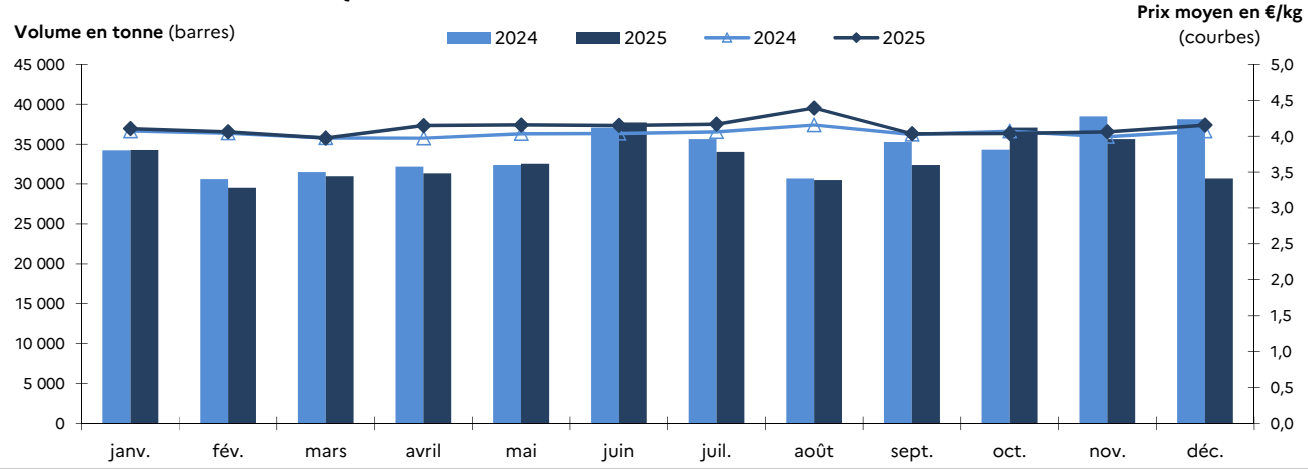
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

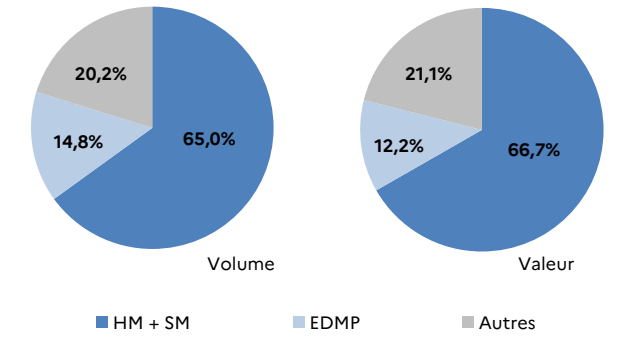
DESSERT FRAIS NON BIOLOGIQUE

DESSERT FRAIS NON BIOLOGIQUE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



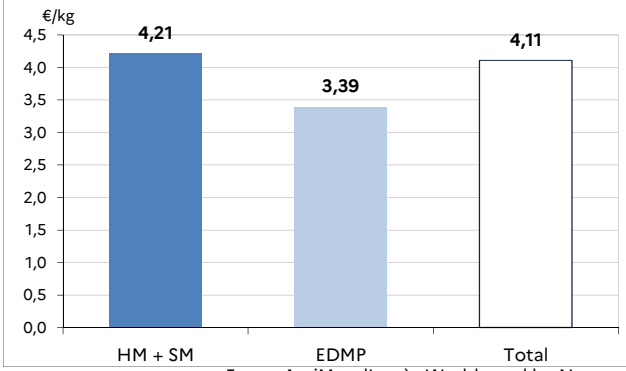
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

DESSERT FRAIS NON BIOLOGIQUE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

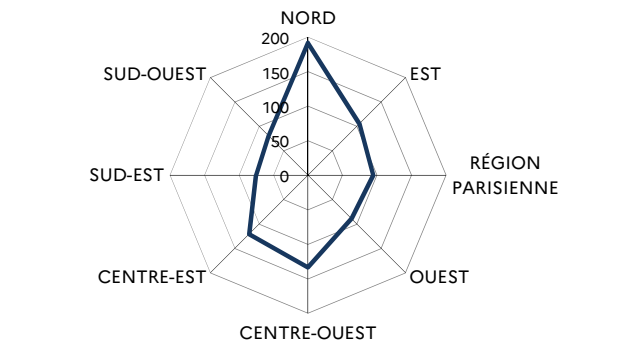
DESSERT FRAIS NON BIOLOGIQUE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

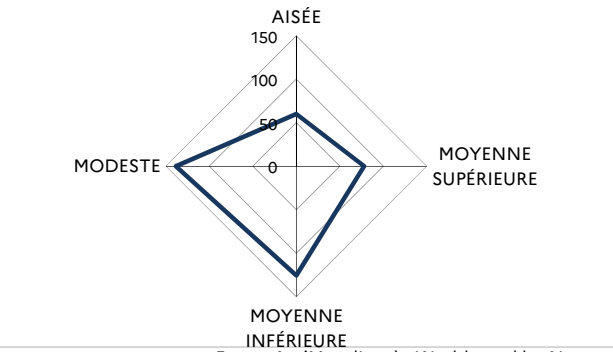
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

DESSERT FRAIS NON BIOLOGIQUE : INDICE PAR RÉGION (2025)



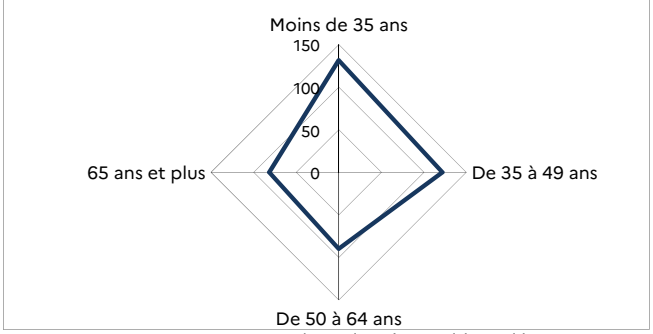
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

DESSERT FRAIS NON BIOLOGIQUE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



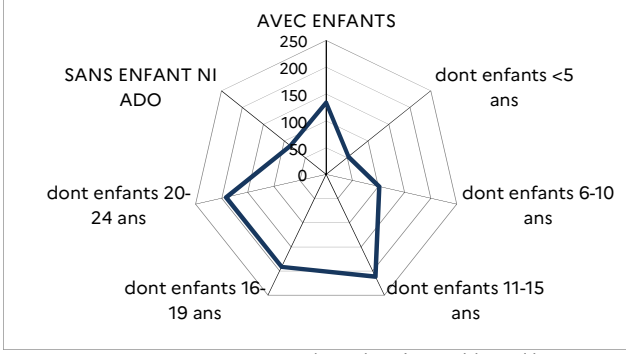
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

DESSERT FRAIS NON BIOLOGIQUE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGE FRAIS AU LAIT DE VACHE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

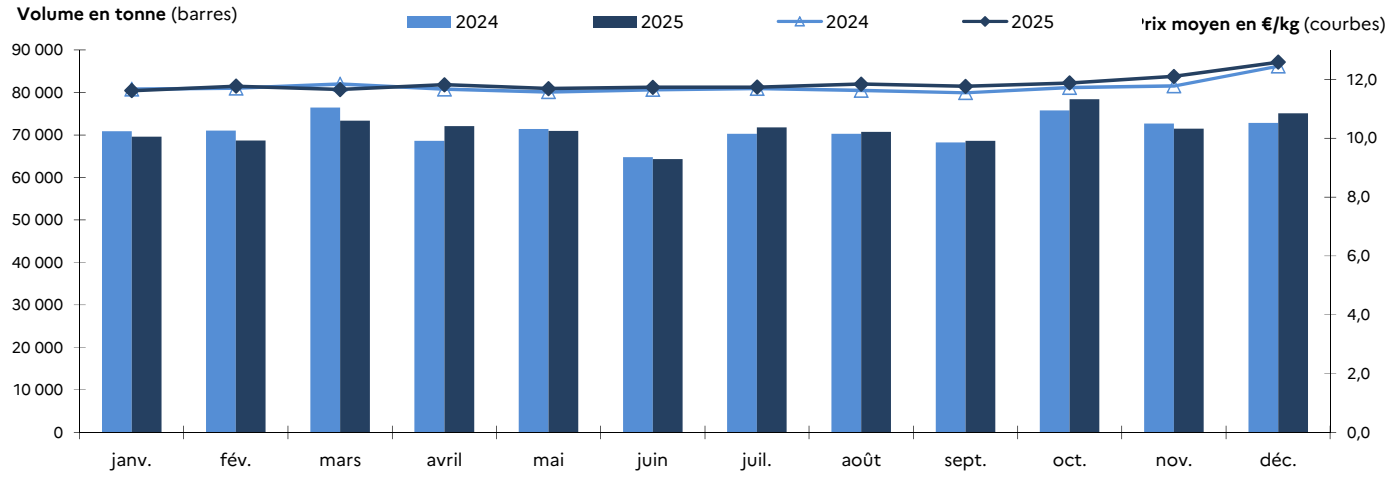
FROMAGES

CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2025	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
TOTAL FROMAGES	**11,85**	**0,9**	**855 154**	**0,2**	**10 133 273**	**1,1**	**99,7**	**-0,2**	**100,0**	**//**
Fromages de vache	**11,36**	**0,8**	**757 609**	**-0,1**	**8 604 748**	**0,7**	**99,7**	**-0,1**	**88,6**	**-0,3**
Pâte molle	**10,45**	**1,5**	**166 045**	**-4,0**	**1 734 606**	**-2,6**	**92,1**	**-0,5**	**19,4**	**-0,9**
À croûte fleurie	**9,62**	**1,3**	**144 982**	**-4,0**	**1 395 199**	**-2,7**	**90,8**	**-0,5**	**17,0**	**-0,7**
Camembert	8,80	1,3	44 249	-6,2	389 583	-5,0	64,5	-2,0	5,2	-0,4
Coulommiers	7,07	-0,1	30 231	-3,2	213 823	-3,4	39,9	-0,7	3,5	-0,1
Brie	9,89	1,3	23 280	-4,7	230 143	-3,4	50,9	-1,7	2,7	-0,1
À croûte lavée	**16,25**	**2,4**	**19 868**	**-5,0**	**322 807**	**-2,7**	**50,9**	**-2,9**	**2,3**	**-0,1**
Munster	15,68	0,2	3 119	-3,7	48 898	-3,5	14,0	-0,5	0,4	0,0
Mont d'Or	19,30	3,8	2 929	-2,0	56 541	1,8	9,2	-0,6	0,3	0,0
Pâte pressée cuite	**11,45**	**0,3**	**243 705**	**0,6**	**2 791 298**	**0,9**	**98,4**	**-0,3**	**28,5**	**0,1**
Emmental	9,16	-0,5	161 321	0,3	1 476 945	-0,2	95,4	0,3	18,9	0,0
Parmesan	20,33	5,1	12 140	-1,5	246 830	3,5	57,4	0,4	1,4	0,0
Comté	17,95	0,1	33 012	3,5	592 680	3,7	63,6	0,3	3,9	0,1
Pâte pressée non cuite	**13,20**	**2,1**	**140 172**	**-1,6**	**1 849 941**	**0,5**	**94,3**	**0,2**	**16,4**	**-0,3**
Raclette	12,31	2,3	37 422	-1,0	460 811	1,3	63,6	0,6	4,4	-0,1
Tartiflette	9,33	4,1	11 469	-0,5	107 014	3,7	29,6	-0,5	1,3	0,0
Pâte persillée	**14,91**	**0,7**	**19 722**	**-3,9**	**294 006**	**-3,2**	**53,6**	**-0,3**	**2,3**	**-0,1**
Bleu Auvergne	13,17	-0,5	2 511	-0,6	33 075	-1,1	20,5	-0,4	0,3	0,0
Fourme Ambert	15,10	-0,3	2 319	-0,8	35 015	-1,1	16,0	1,0	0,3	0,0
Pâte fraîche	**10,40**	**0,0**	**123 693**	**7,6**	**1 287 024**	**7,5**	**94,4**	**0,5**	**14,5**	**1,0**
Pâte fraîche nature	**10,54**	**-0,9**	**30 638**	**10,5**	**322 789**	**9,5**	**65,8**	**3,6**	**3,6**	**0,3**
Pâte fraîche méditerranéenne	**9,69**	**1,5**	**71 295**	**9,8**	**690 604**	**11,5**	**83,5**	**2,5**	**8,3**	**0,7**
Mozzarella	10,54	1,2	50 760	11,0	535 172	12,3	77,1	3,0	5,9	0,6
Mascarpone	7,47	0,3	13 855	5,8	103 550	6,1	40,2	2,5	1,6	0,1
Fondus	**9,94**	**0,1**	**63 375**	**-1,5**	**629 732**	**-1,4**	**81,3**	**-0,4**	**7,4**	**-0,1**
Fromages de brebis	**18,07**	**-0,8**	**28 526**	**5,7**	**515 602**	**4,9**	**70,7**	**0,4**	**3,3**	**0,2**
Pâte molle	**20,02**	**1,3**	**2 756**	**4,2**	**55 179**	**5,6**	**17,8**	**-0,4**	**0,3**	**0,0**
Pâte pressée cuite	**27,10**	**2,8**	**728**	**1,8**	**19 731**	**4,7**	**8,2**	**0,3**	**0,1**	**0,0**
Pâte pressée non cuite	**20,85**	**0,5**	**9 127**	**0,4**	**190 275**	**0,9**	**34,4**	**1,1**	**1,1**	**0,0**
Ossau Iraty	21,47	0,2	2 101	-5,8	45 112	-5,6	15,1	0,0	0,2	0,0
Autres Pyrénées	24,57	2,1	2 596	12,3	63 798	14,7	14,0	1,4	0,3	0,0
Pâte persillée	**20,01**	**2,7**	**6 538**	**0,0**	**130 809**	**2,7**	**36,6**	**-1,5**	**0,8**	**0,0**
Roquefort	19,95	2,8	6 332	0,7	126 292	3,5	35,5	-1,3	0,7	0,0
Pâte fraîche	**12,18**	**-2,4**	**8 823**	**18,2**	**107 439**	**15,4**	**37,9**	**3,9**	**1,0**	**0,2**
Féta et assimilés	**11,94**	**-2,0**	**8 375**	**19,7**	**99 999**	**17,2**	**35,7**	**3,8**	**1,0**	**0,2**
Fromages de chèvre	**14,32**	**1,5**	**61 028**	**-0,5**	**874 113**	**1,0**	**83,2**	**-1,0**	**7,1**	**0,0**
Frais	**15,40**	**1,9**	**11 130**	**3,6**	**171 366**	**5,6**	**46,4**	**0,2**	**1,3**	**0,0**
Affinés	**14,02**	**1,2**	**48 328**	**-1,2**	**677 362**	**0,0**	**78,6**	**-1,1**	**5,7**	**-0,1**
Bûchette affinée	11,39	0,9	36 803	-2,0	419 096	-1,1	69,2	0,0	4,3	-0,1
Fromages mixtes et indéterminés	**17,37**	**0,9**	**7 991**	**15,8**	**138 811**	**16,8**	**42,8**	**3,2**	**0,9**	**0,1**

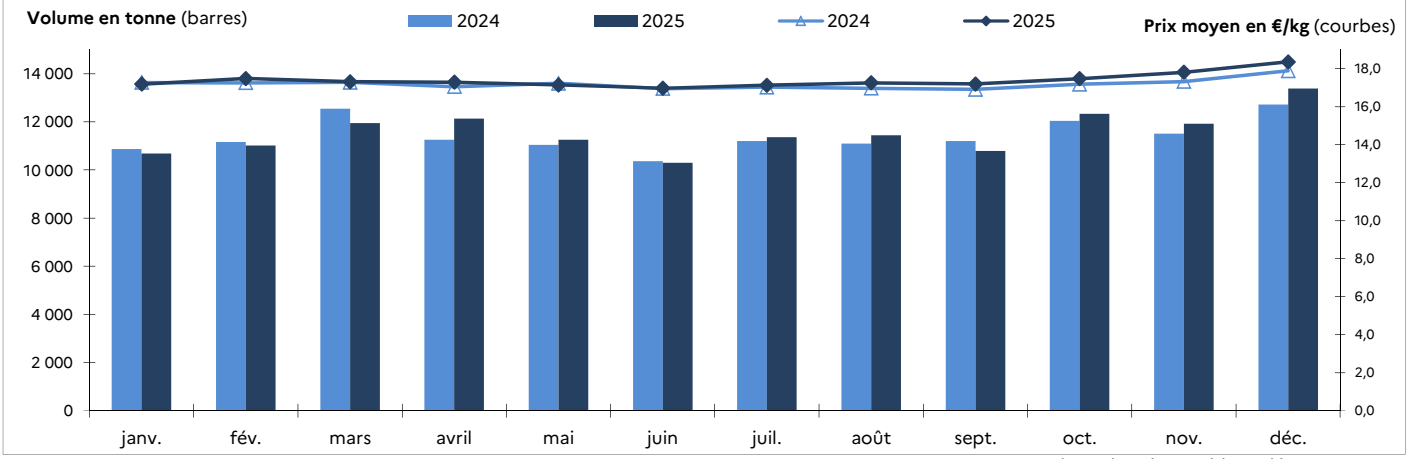
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGES : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



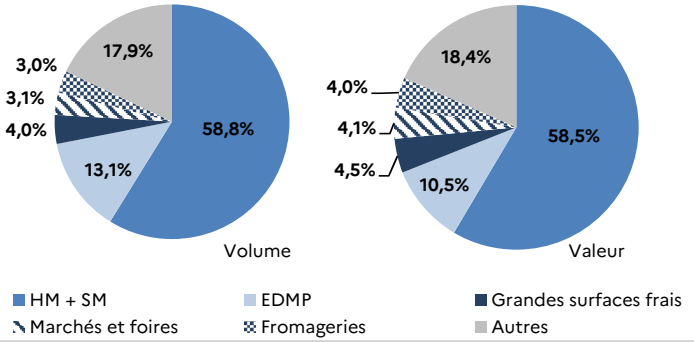
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LES FROMAGES AOP : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



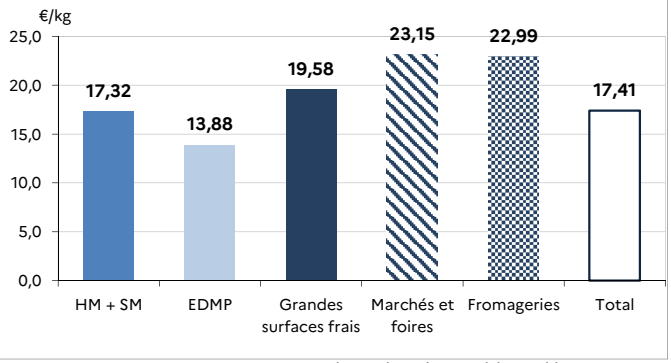
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LES FROMAGES AOP : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

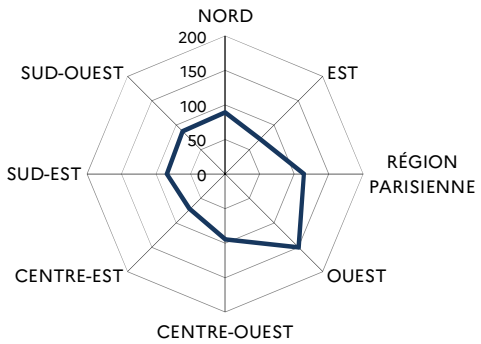
LES FROMAGES AOP : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

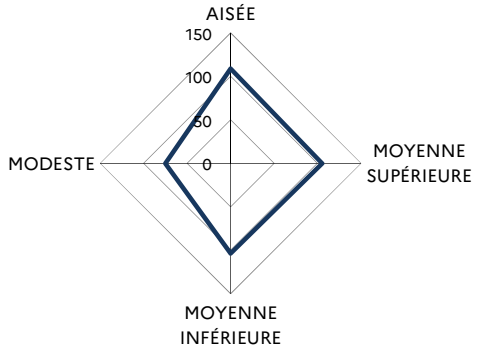
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

LES FROMAGES AOP : INDICE PAR RÉGION (2025)



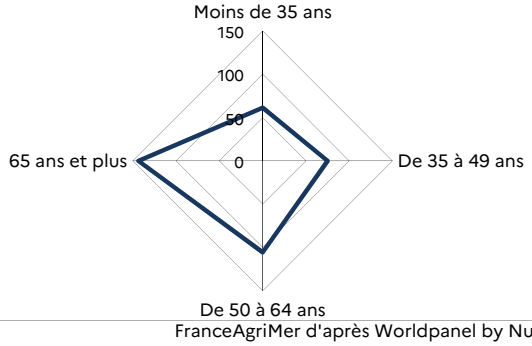
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LES FROMAGES AOP : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



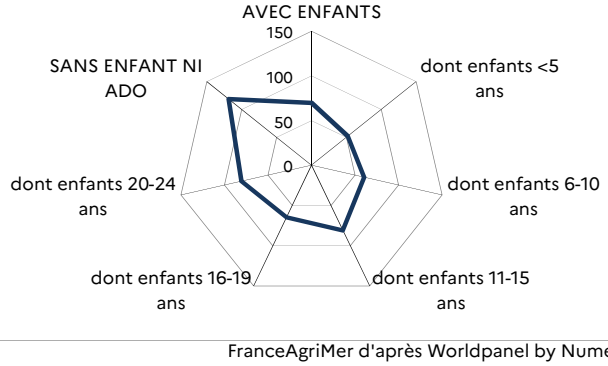
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LES FROMAGES AOP : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

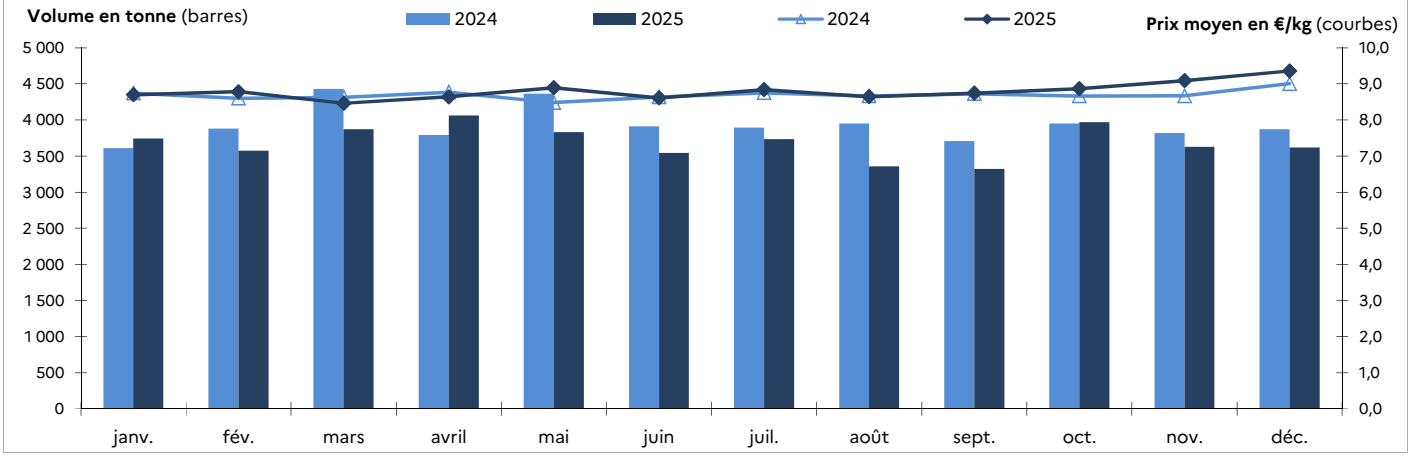
LES FROMAGES AOP : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

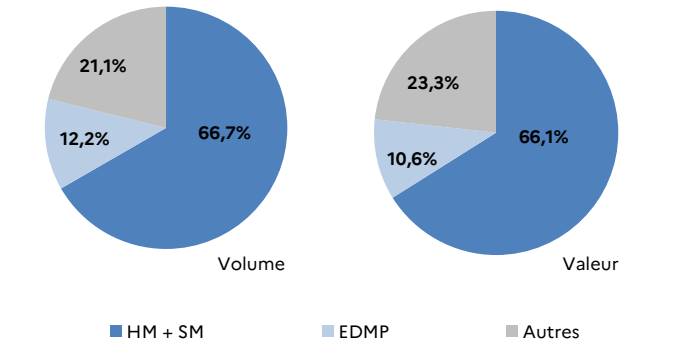
CAMEMBERT

CAMEMBERT : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



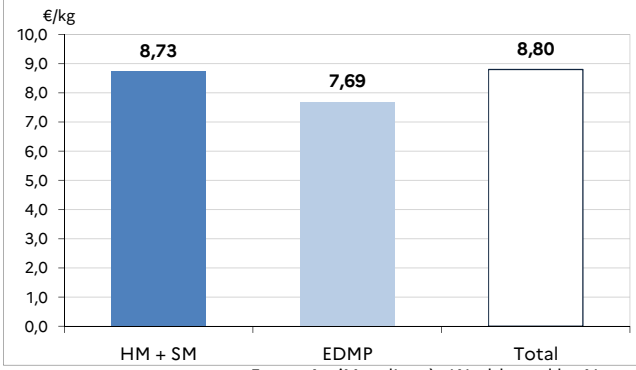
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CAMEMBERT : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

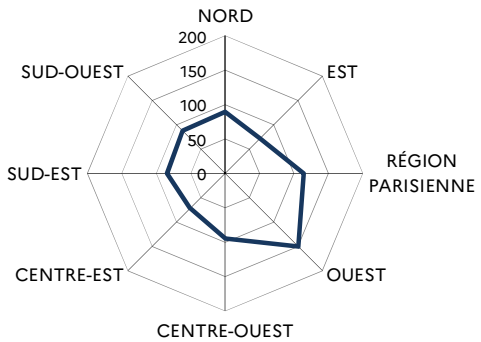
CAMEMBERT : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

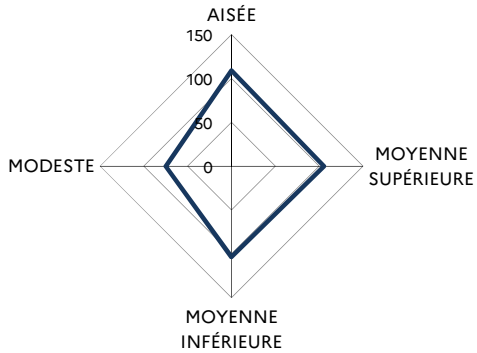
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

CAMEMBERT : INDICE PAR RÉGION (2025)



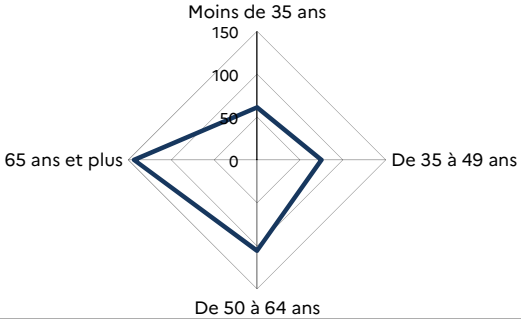
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CAMEMBERT : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



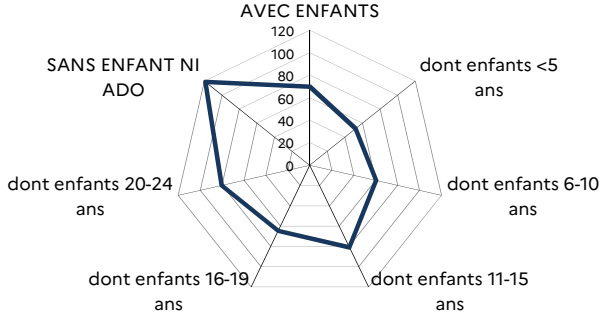
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CAMEMBERT : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



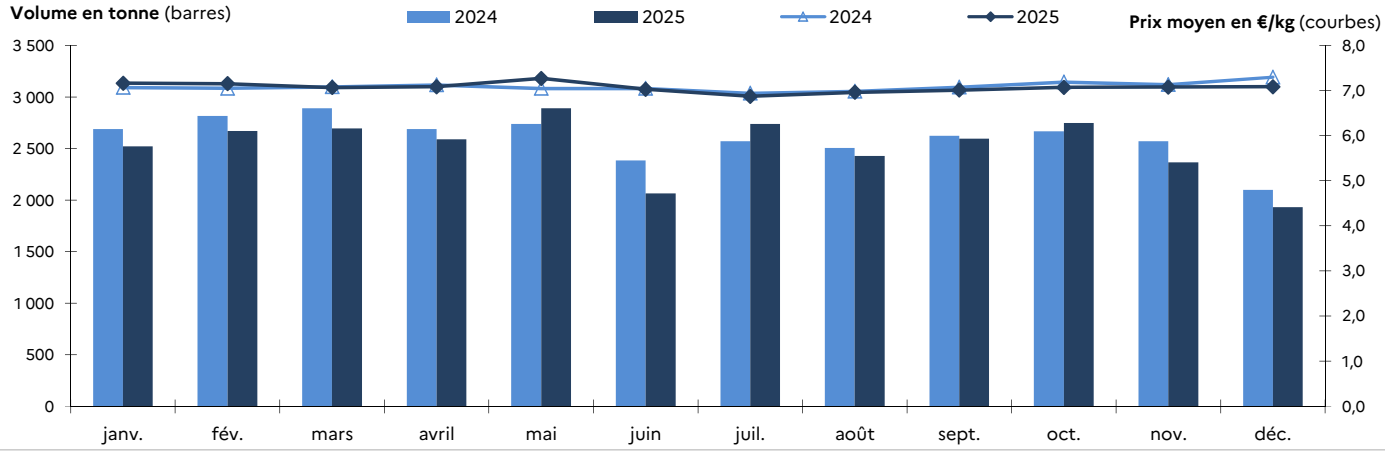
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CAMEMBERT : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



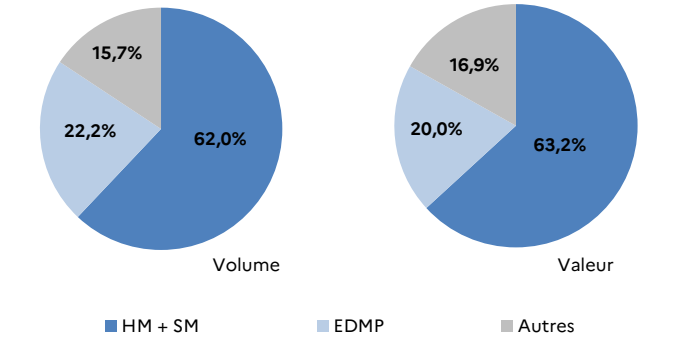
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

COULOMMIERS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



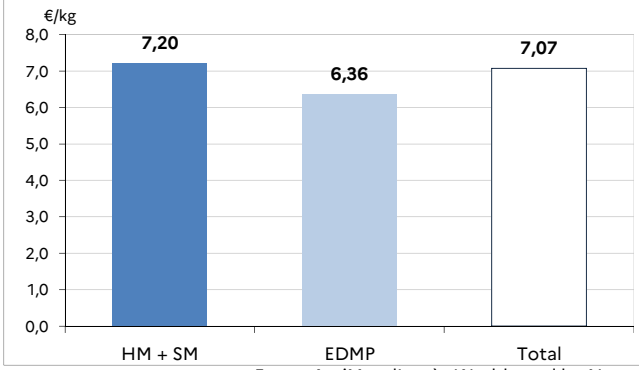
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

COULOMMIERS : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

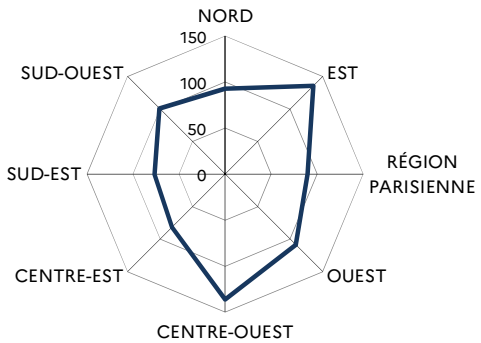
COULOMMIERS : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

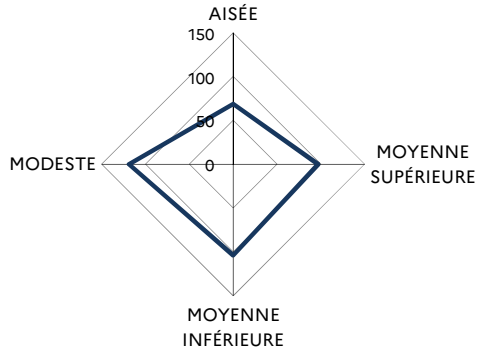
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

COULOMMIERS : INDICE PAR RÉGION (2025)



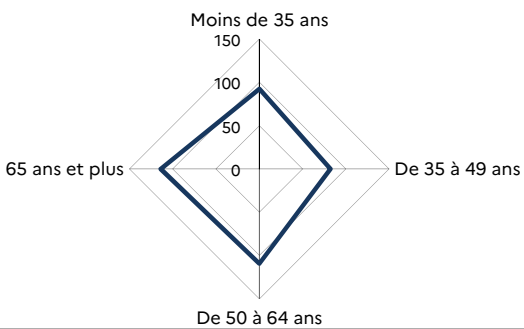
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

COULOMMIERS : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



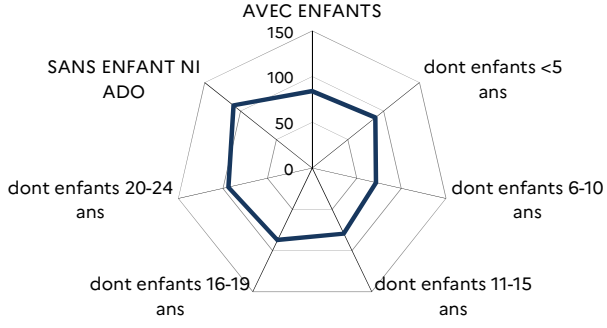
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

COULOMMIERS : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

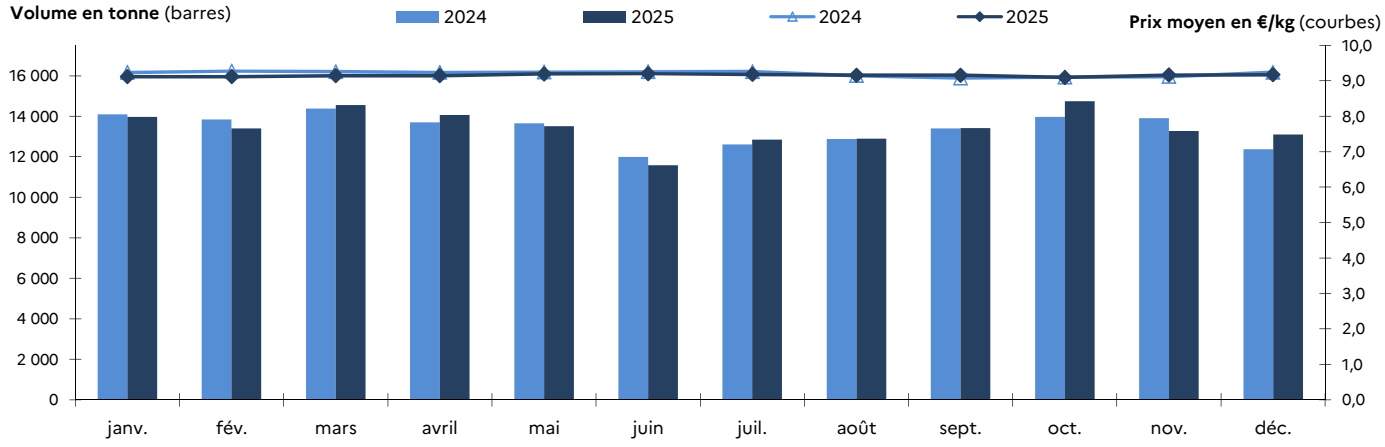
COULOMMIERS : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

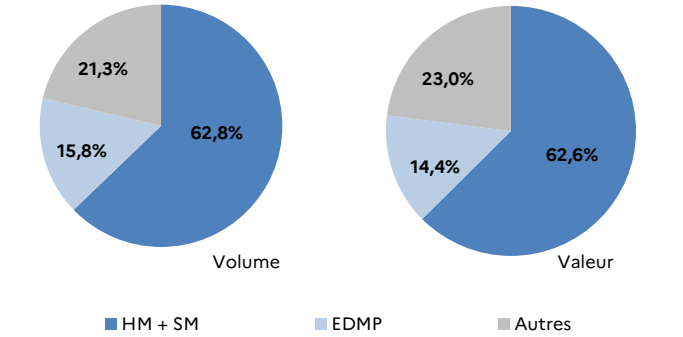
EMMENTAL

EMMENTAL : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



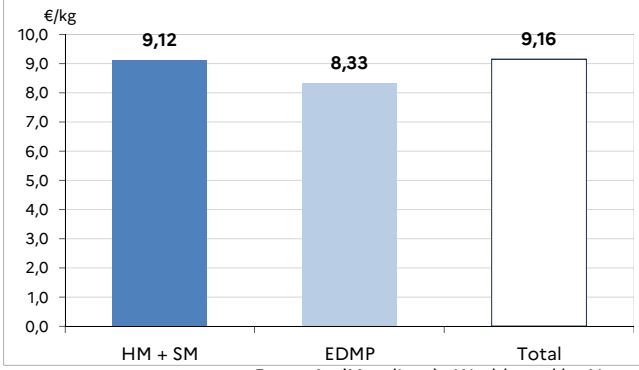
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

EMMENTAL : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

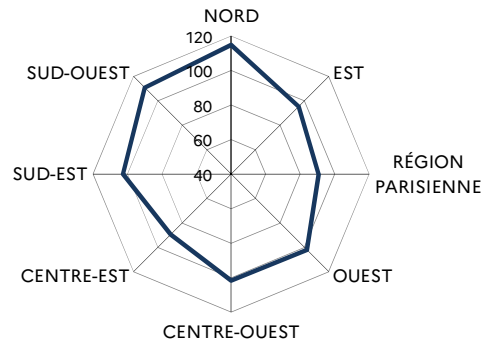
EMMENTAL : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

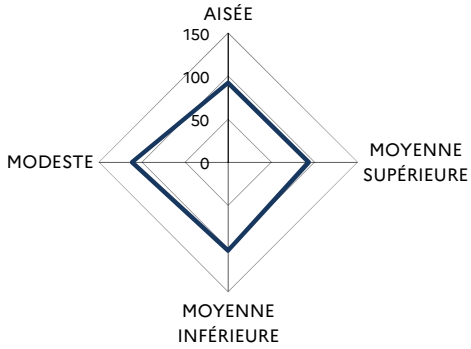
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

EMMENTAL : INDICE PAR RÉGION (2025)



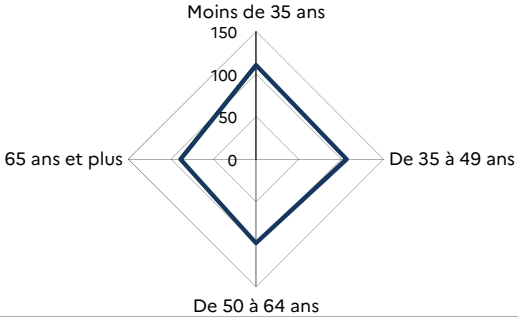
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

EMMENTAL : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



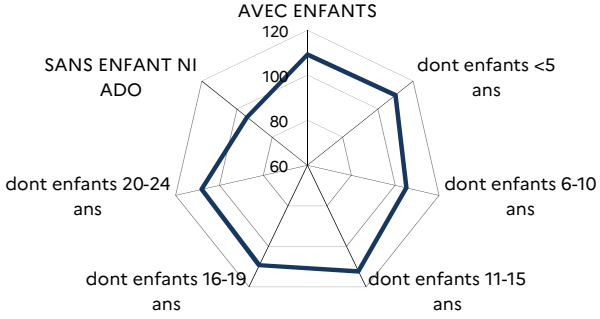
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

EMMENTAL : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



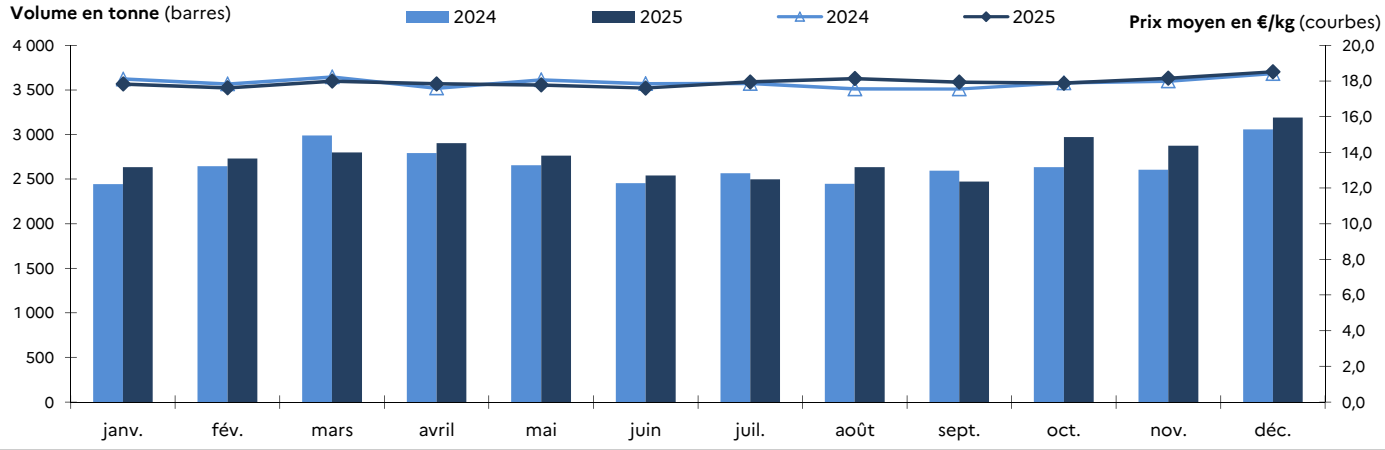
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

EMMENTAL : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



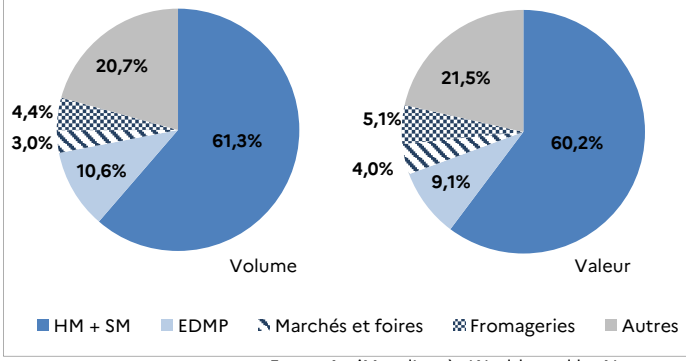
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

COMTÉ : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



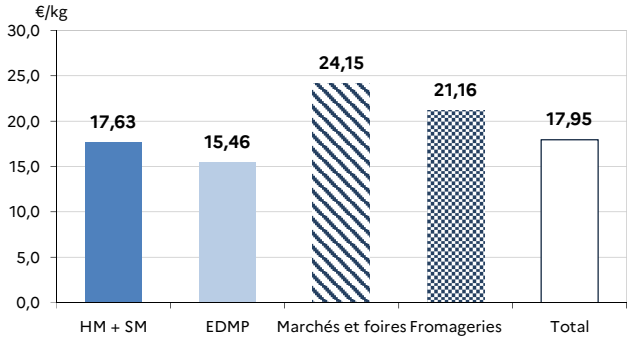
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

COMTÉ :
PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

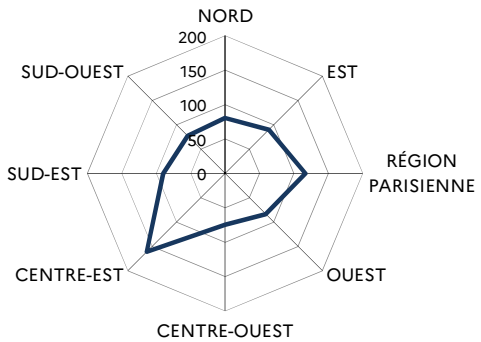
COMTÉ :
PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

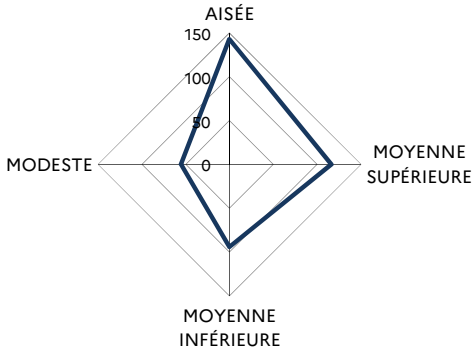
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

COMTÉ :
INDICE PAR RÉGION (2025)



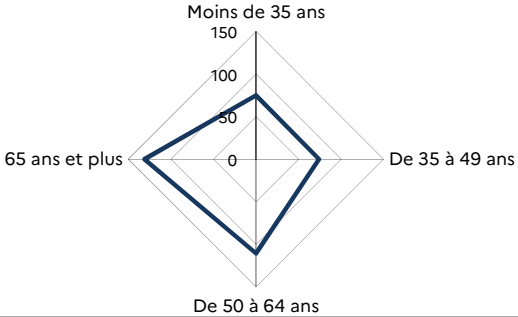
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

COMTÉ :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



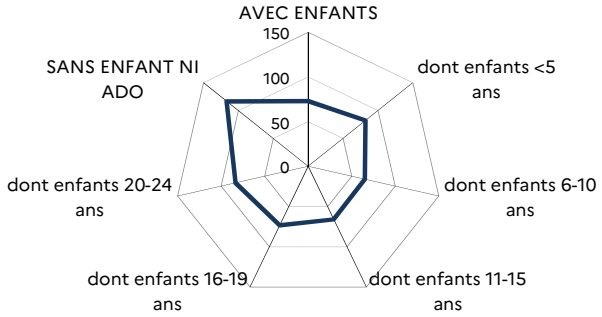
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

COMTÉ :
INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

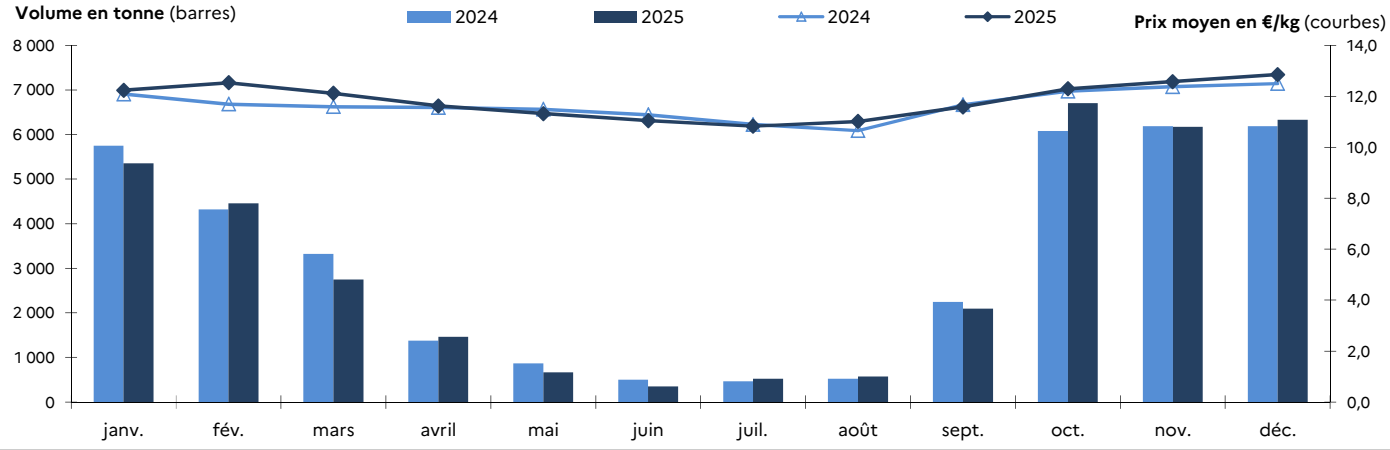
COMTÉ :
INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

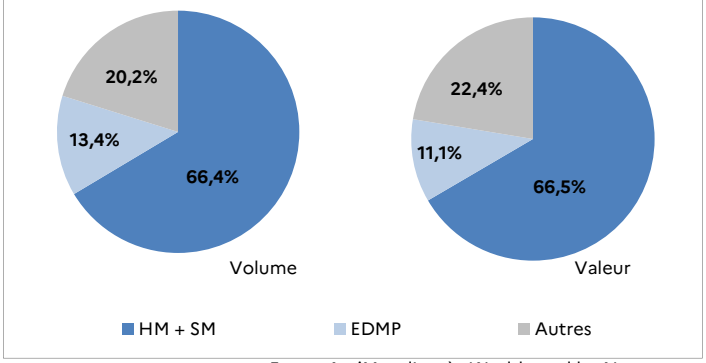
RACLETTE

RACLETTE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



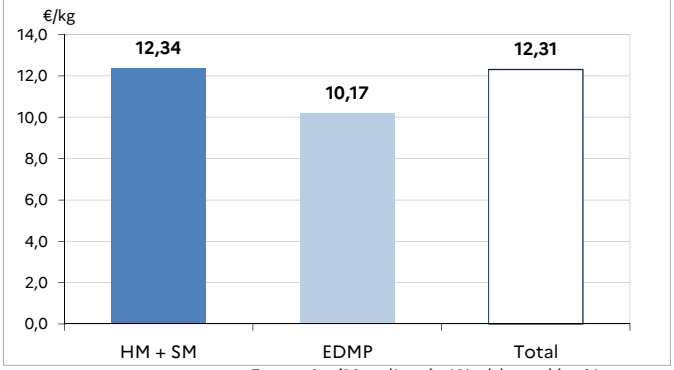
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

RACLETTE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

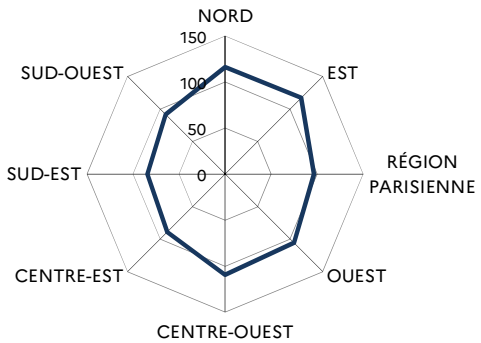
RACLETTE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

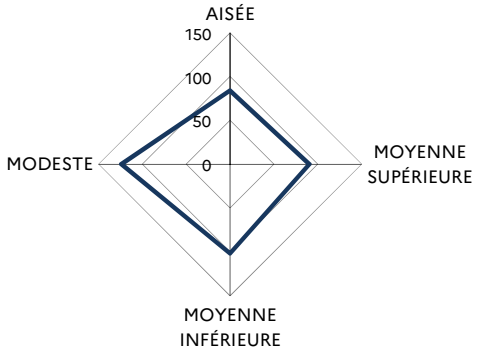
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

RACLETTE : INDICE PAR RÉGION (2025)



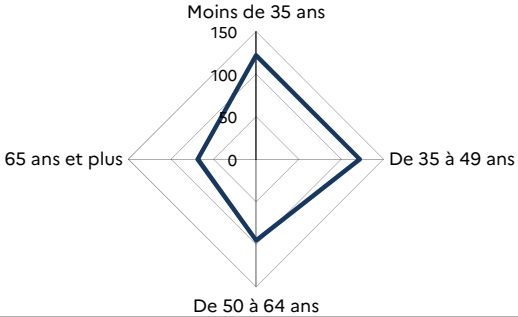
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

RACLETTE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



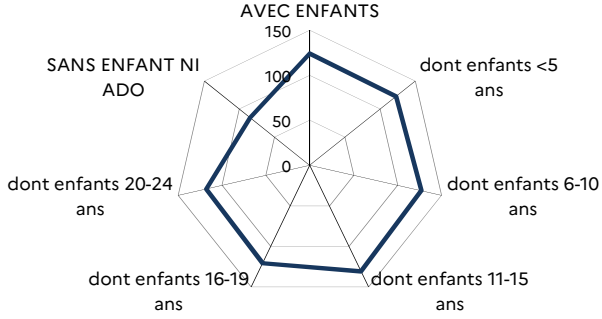
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

RACLETTE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



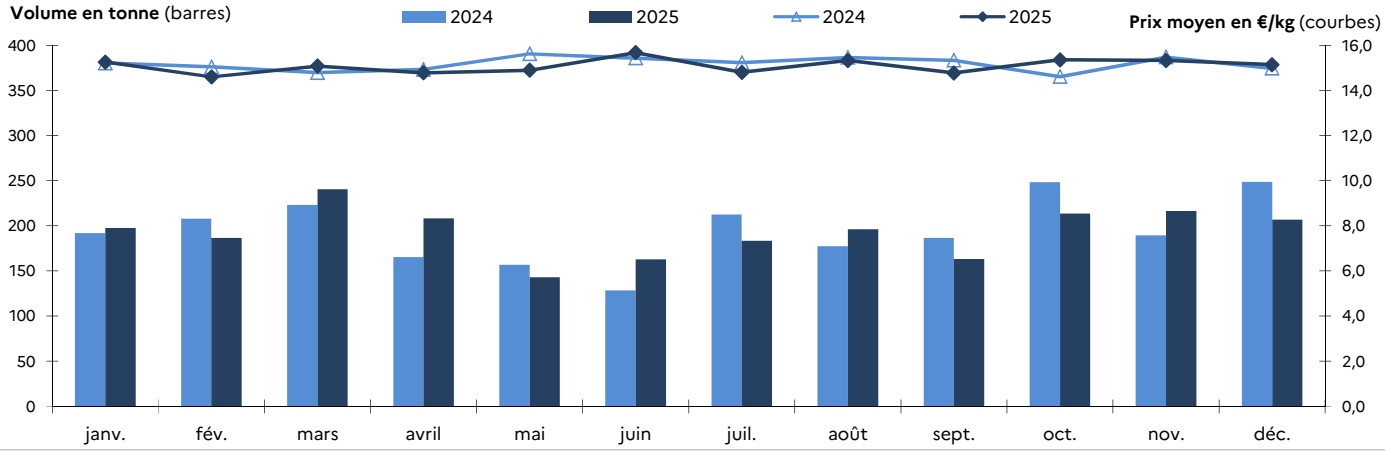
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

RACLETTE : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



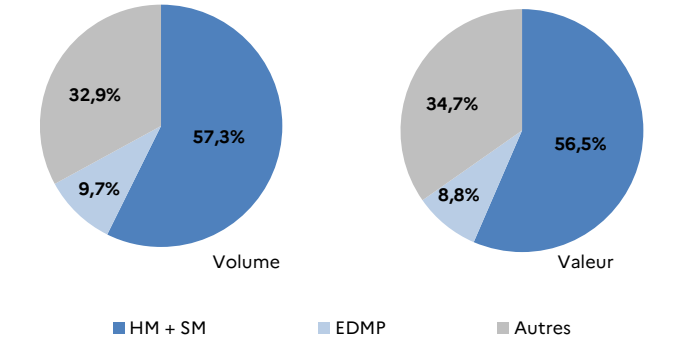
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FOURME D'AMBERT : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



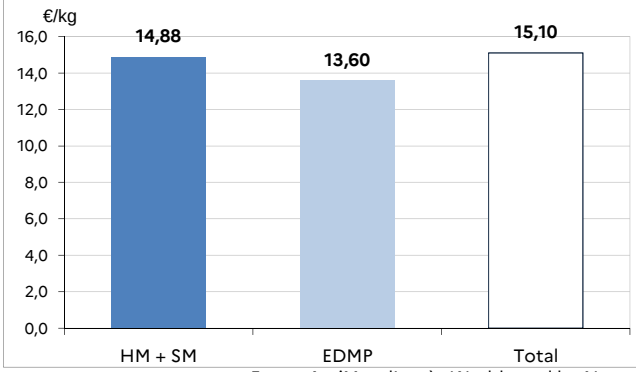
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FOURME D'AMBERT : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

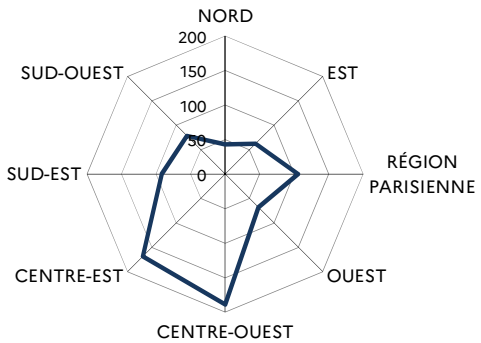
FOURME D'AMBERT : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

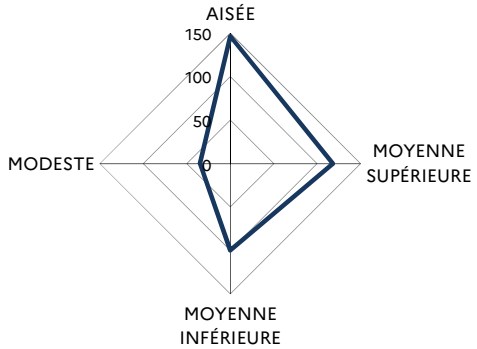
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

FOURME D'AMBERT : INDICE PAR RÉGION (2025)



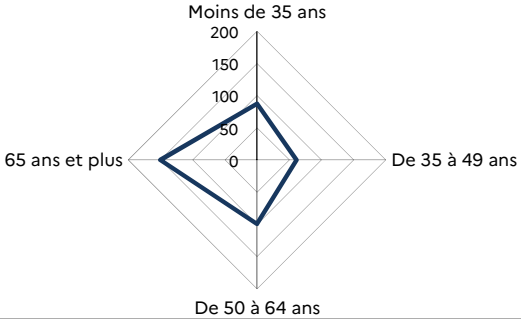
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FOURME D'AMBERT : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



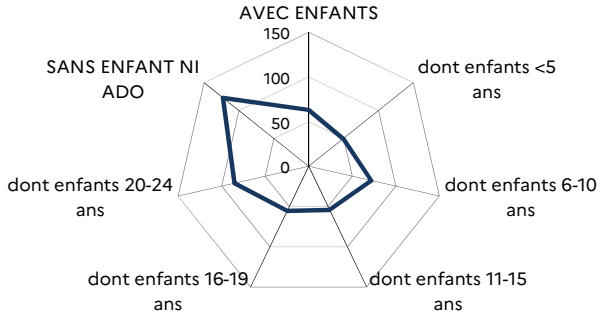
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FOURME D'AMBERT : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

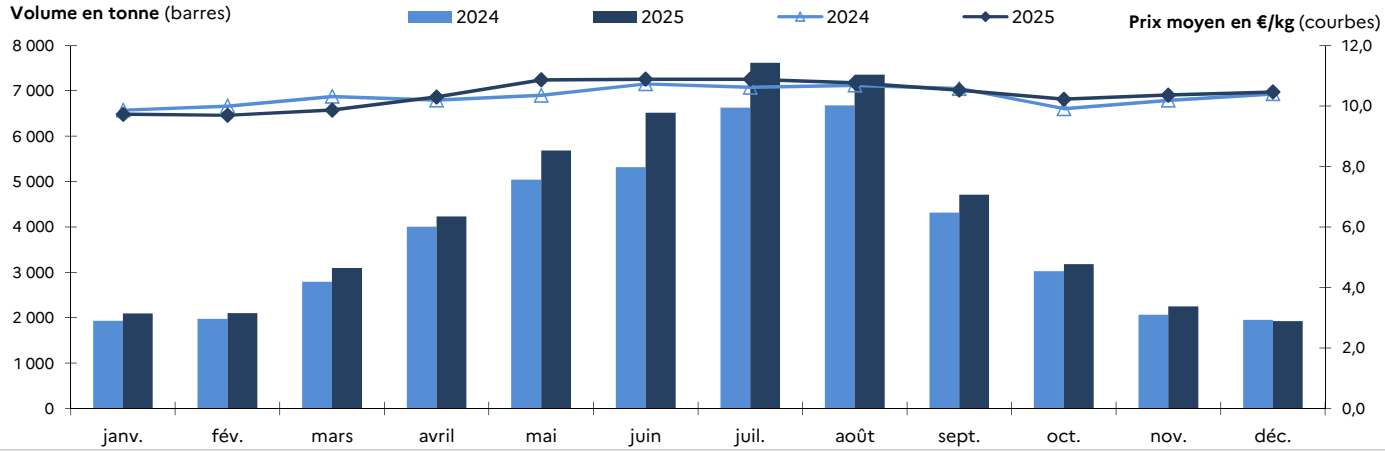
FOURME D'AMBERT : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

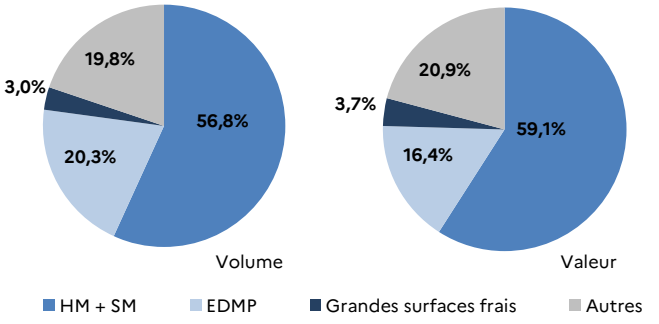
MOZZARELLA

MOZZARELLA : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



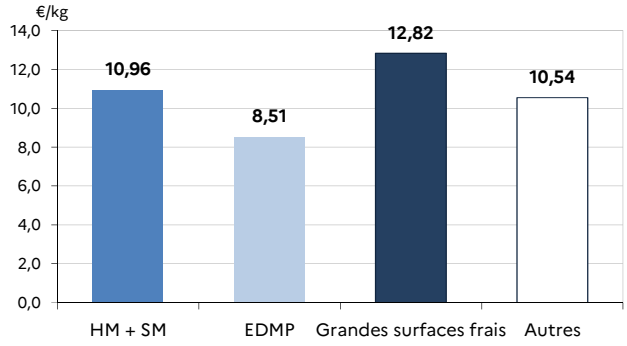
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MOZZARELLA : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

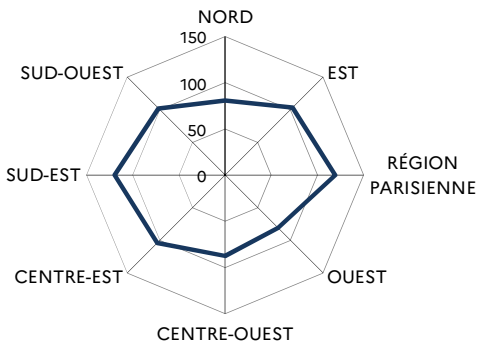
MOZZARELLA : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

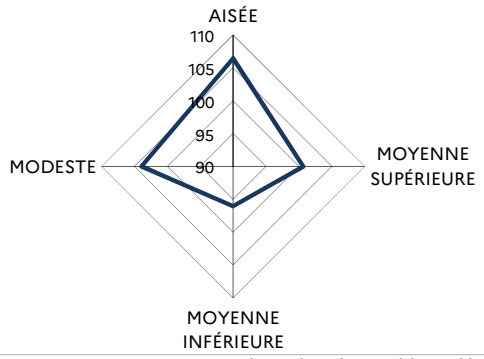
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

MOZZARELLA : INDICE PAR RÉGION (2025)



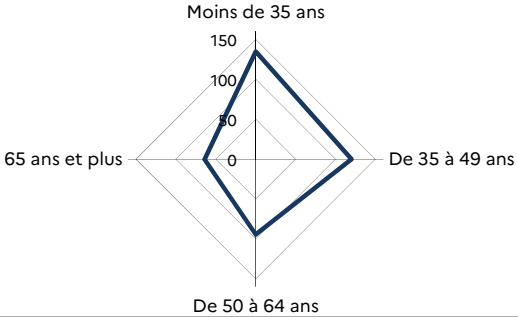
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MOZZARELLA : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



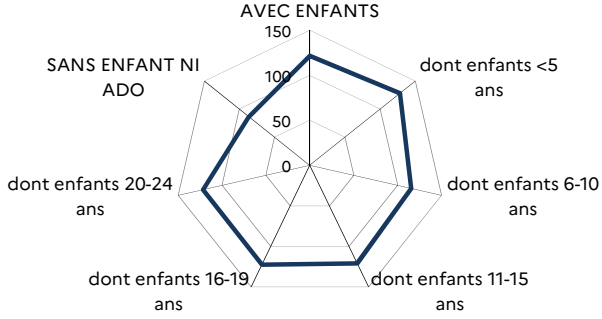
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MOZZARELLA : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



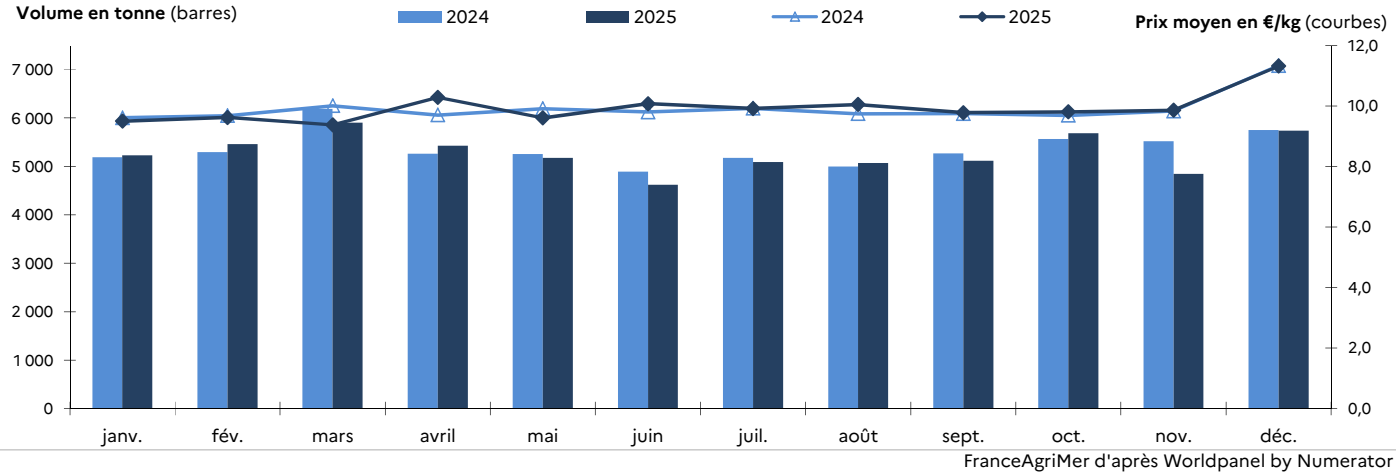
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

MOZZARELLA : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



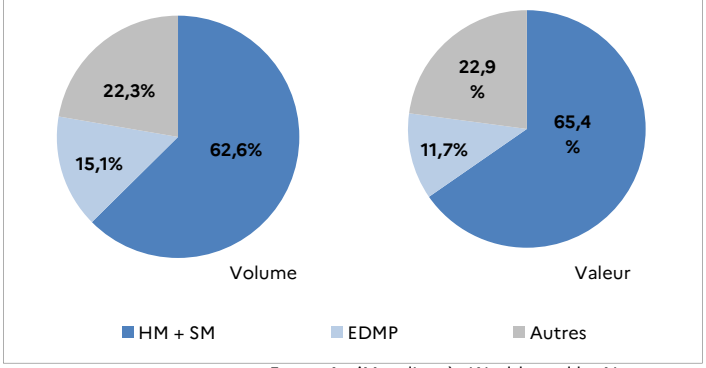
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FONDUS DE VACHE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



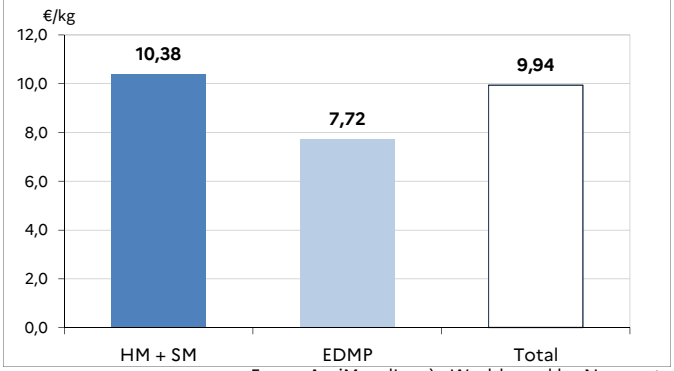
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FONDUS DE VACHE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

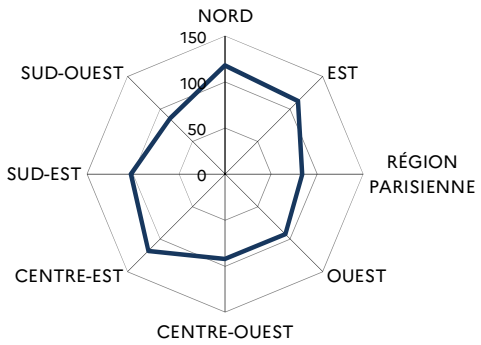
FONDUS DE VACHE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

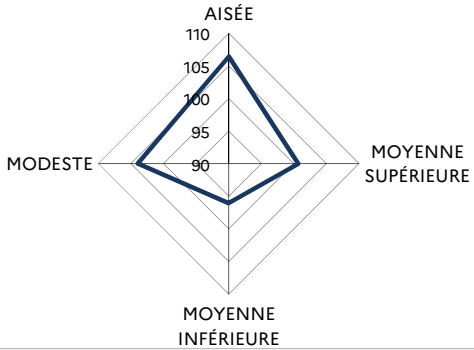
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

FONDUS DE VACHE : INDICE PAR RÉGION (2025)



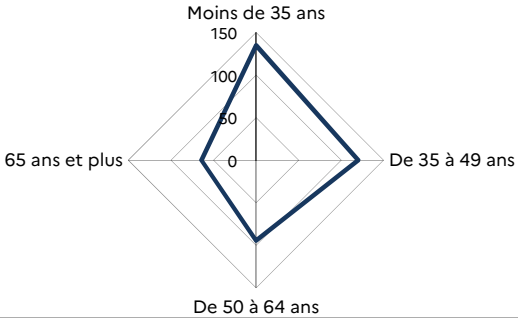
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FONDUS DE VACHE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



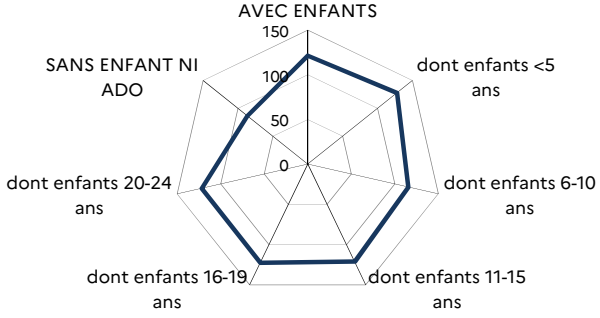
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FONDUS DE VACHE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

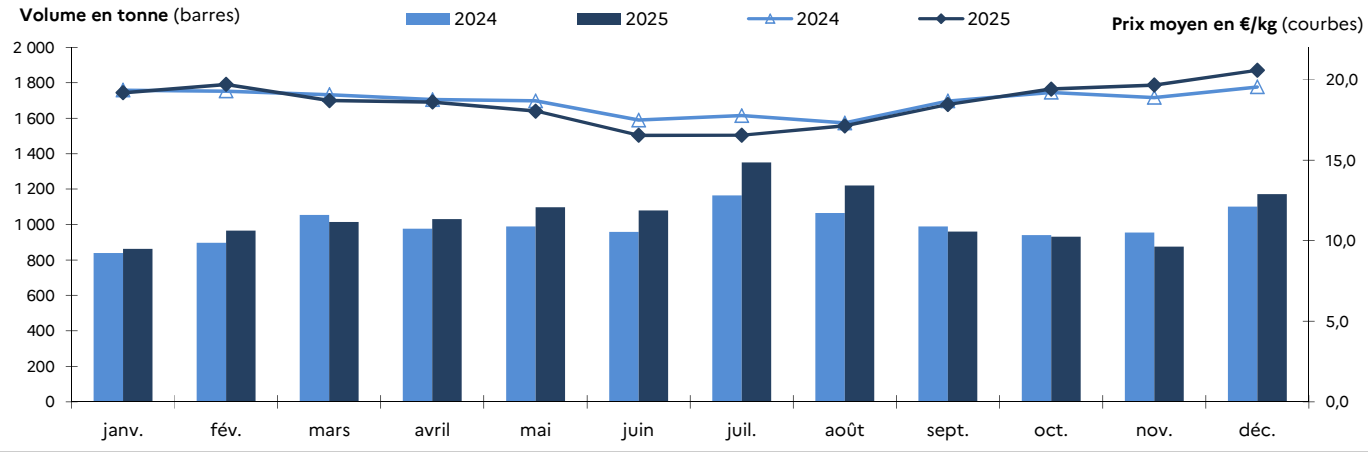
FONDUS DE VACHE : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

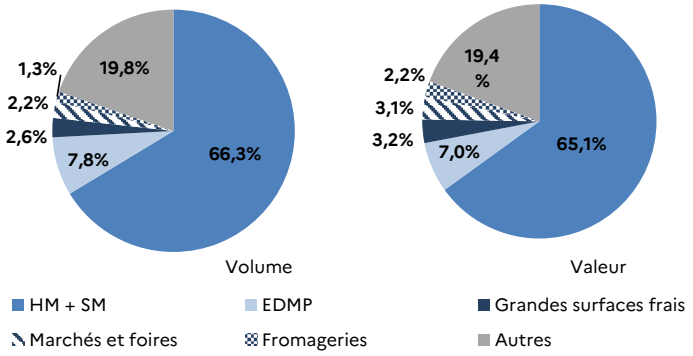
FROMAGES DE BREBIS AOP

FROMAGES DE BREBIS AOP : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



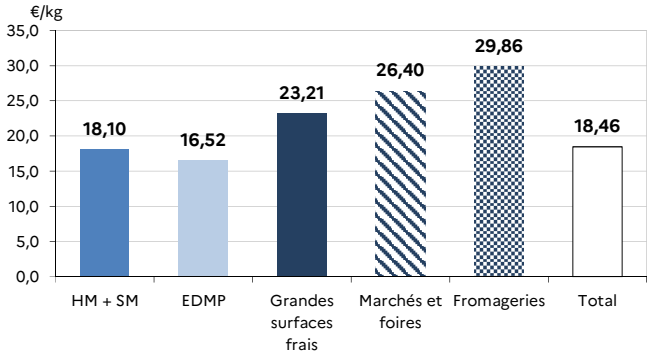
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGES DE BREBIS AOP : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

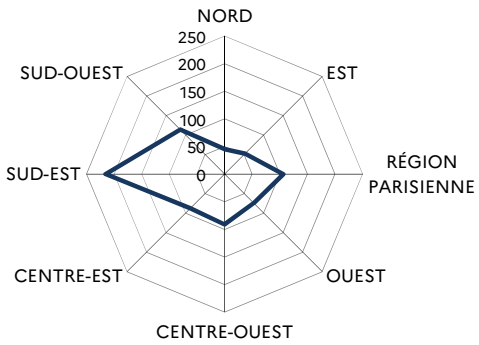
FROMAGES DE BREBIS AOP : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

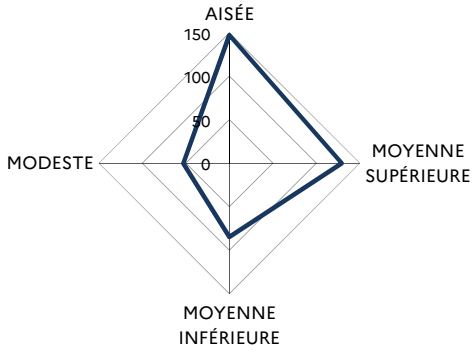
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

FROMAGES DE BREBIS AOP : INDICE PAR RÉGION (2025)



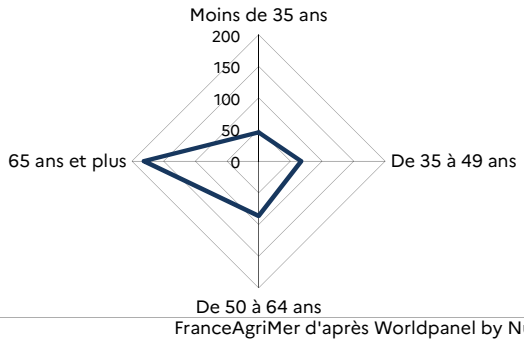
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGES DE BREBIS AOP : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



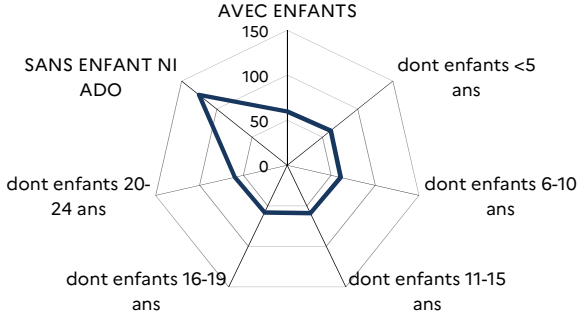
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGES DE BREBIS AOP : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



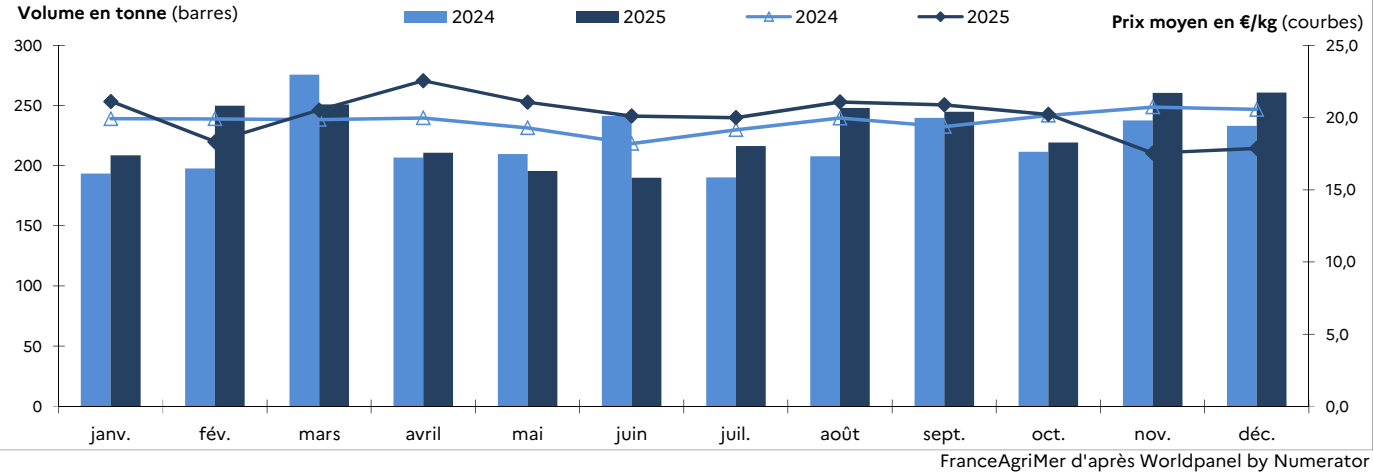
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGES DE BREBIS AOP : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



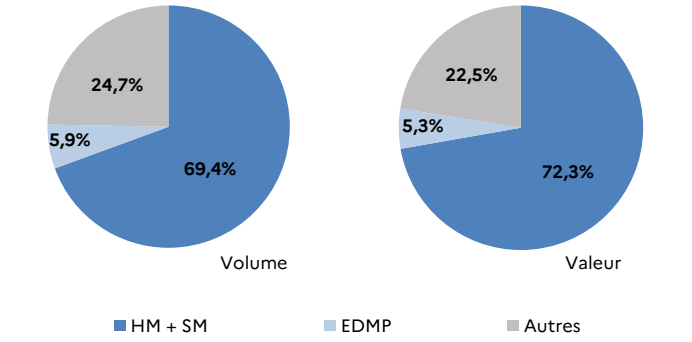
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BREBIS À PÂTE MOLLE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



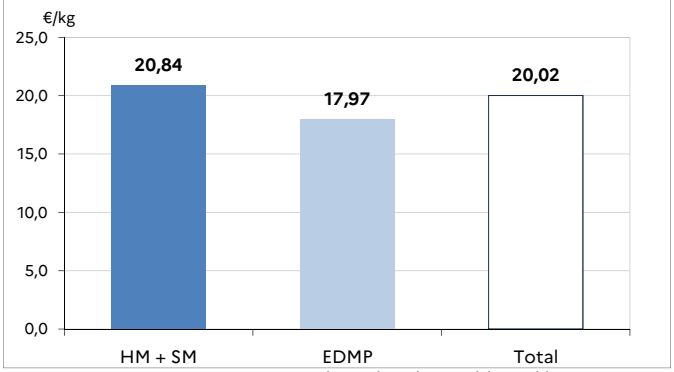
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BREBIS À PÂTE MOLLE :
PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

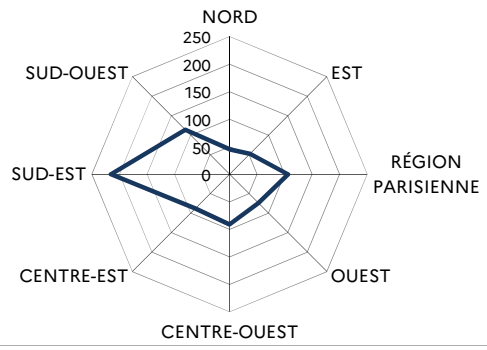
BREBIS À PÂTE MOLLE :
PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

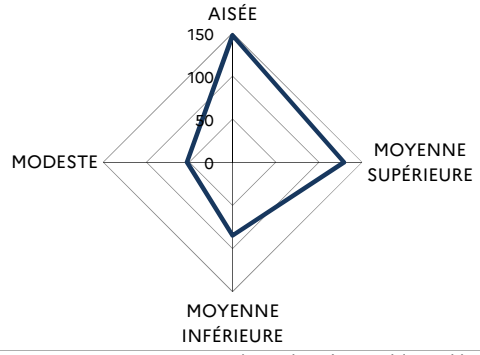
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

BREBIS À PÂTE MOLLE :
INDICE PAR RÉGION (2025)



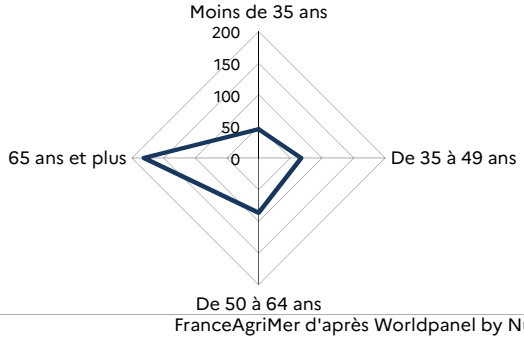
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BREBIS À PÂTE MOLLE :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



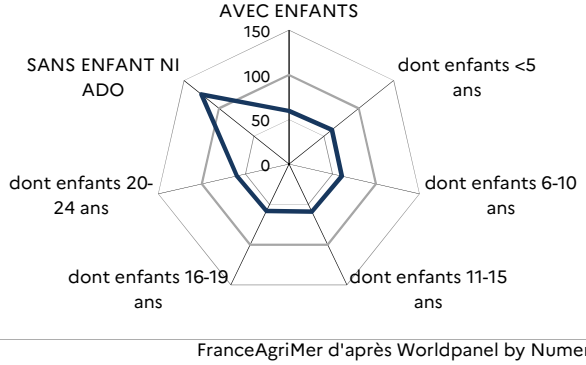
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BREBIS À PÂTE MOLLE :
INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

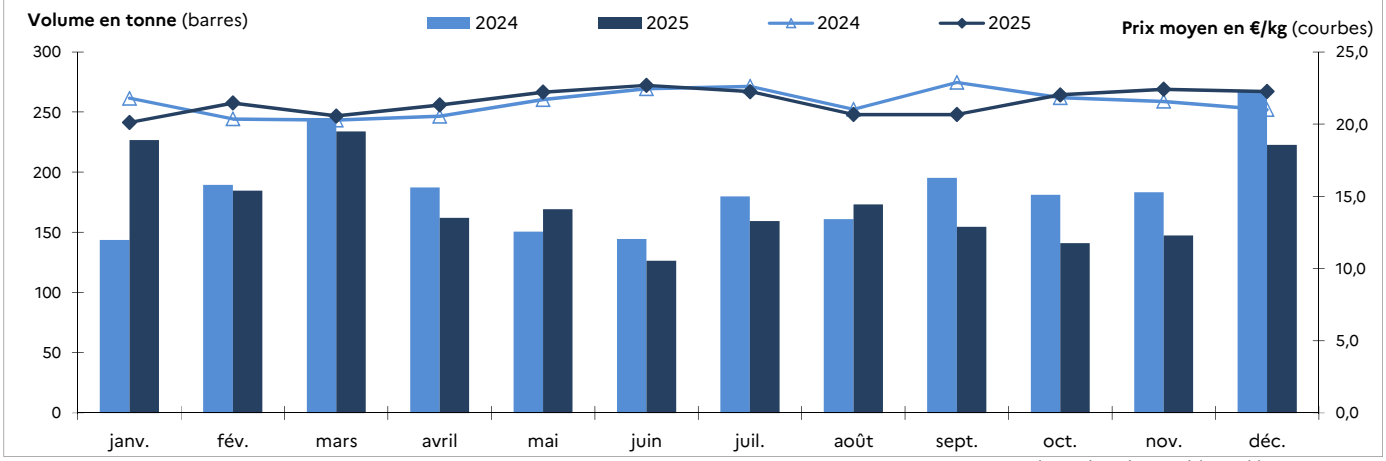
BREBIS À PÂTE MOLLE :
INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

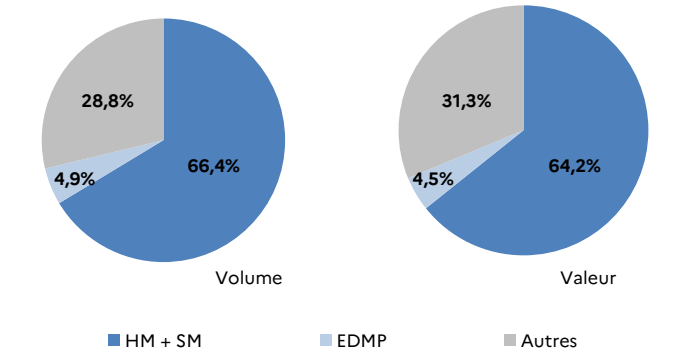
OSSAU-IRATY

OSSAU-IRATY : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



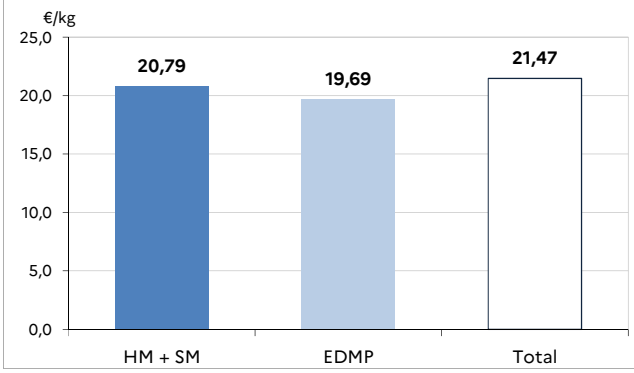
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

OSSAU-IRATY : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

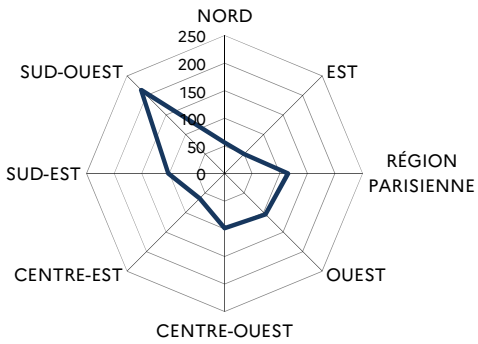
OSSAU-IRATY : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

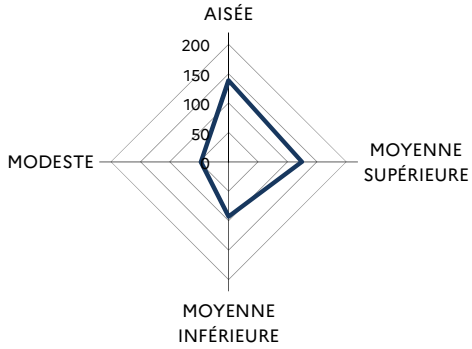
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

OSSAU-IRATY : INDICE PAR RÉGION (2025)



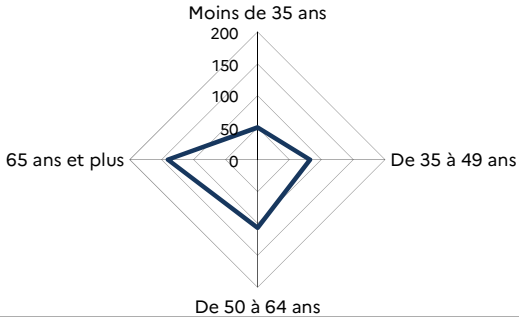
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

OSSAU-IRATY : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



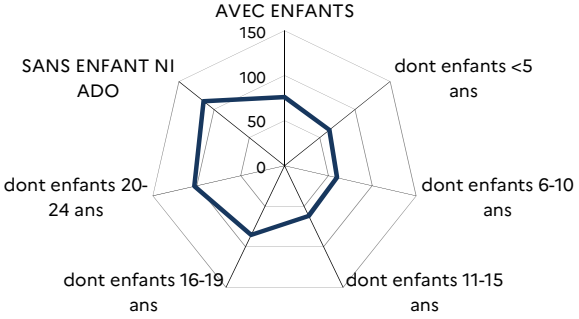
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

OSSAU-IRATY : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

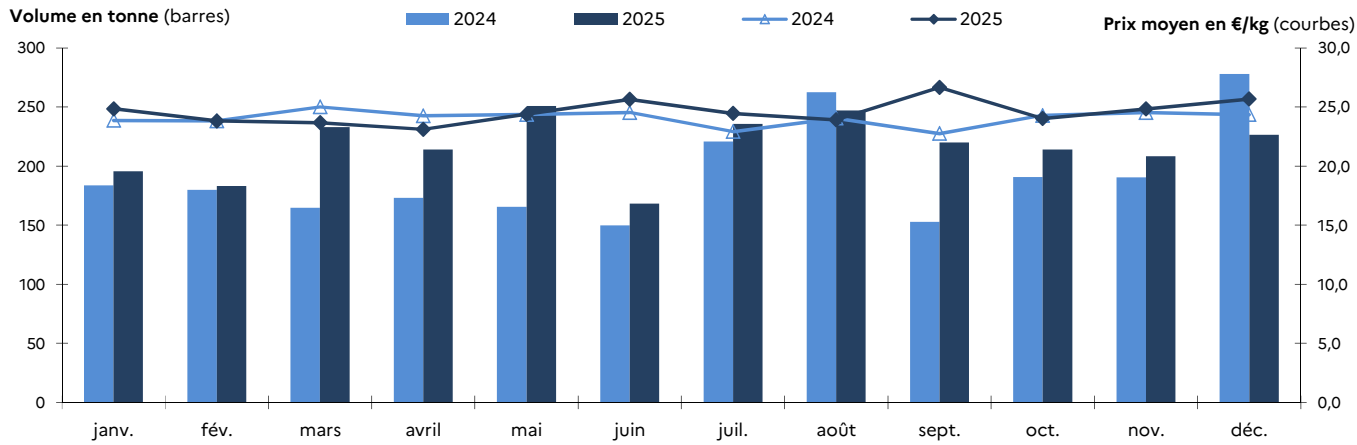
OSSAU-IRATY : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

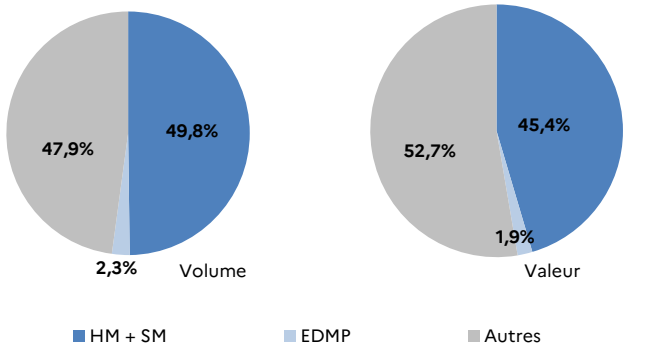
AUTRES PPNC PYRÉNÉES DE BREBIS

AUTRES PPNC PYRÉNÉES DE BREBIS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



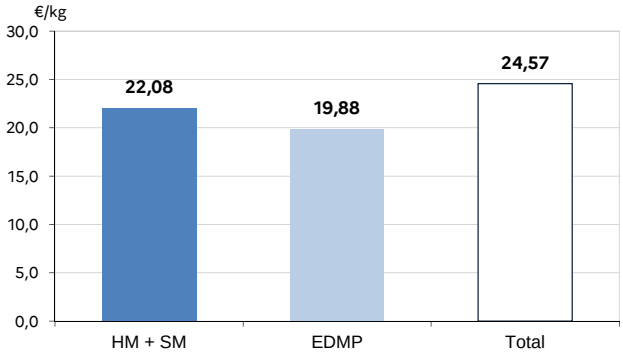
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

AUTRES PPNC PYRÉNÉES DE BREBIS : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

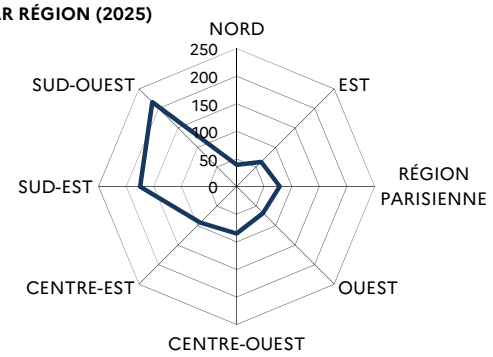
AUTRES PPNC PYRÉNÉES DE BREBIS : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

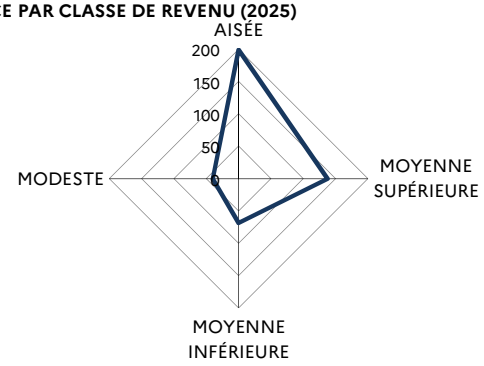
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

AUTRES PPNC PYRÉNÉES DE BREBIS : INDICE PAR RÉGION (2025)



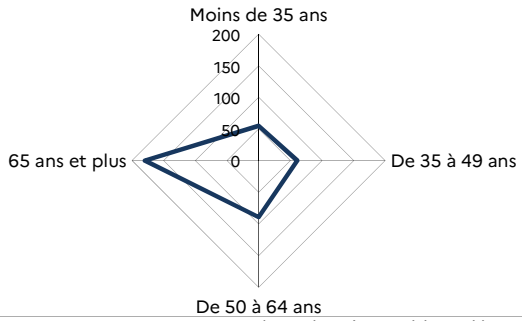
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

AUTRES PPNC PYRÉNÉES DE BREBIS : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



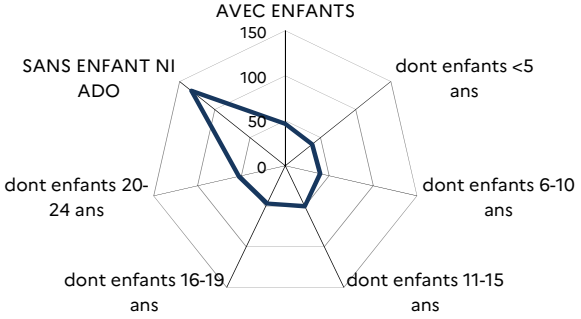
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

AUTRES PPNC PYRÉNÉES DE BREBIS : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

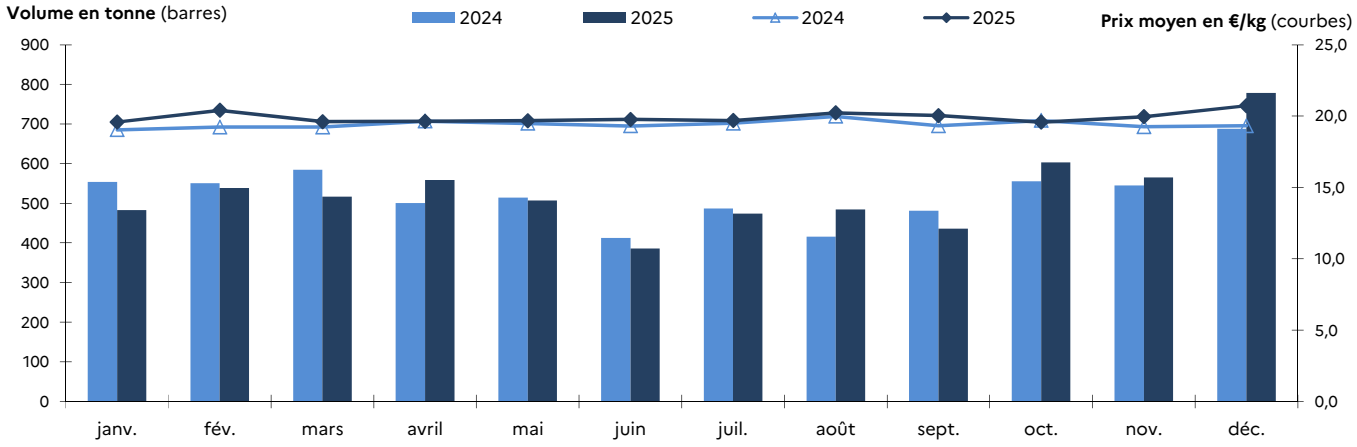
AUTRES PPNC PYRÉNÉES DE BREBIS : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

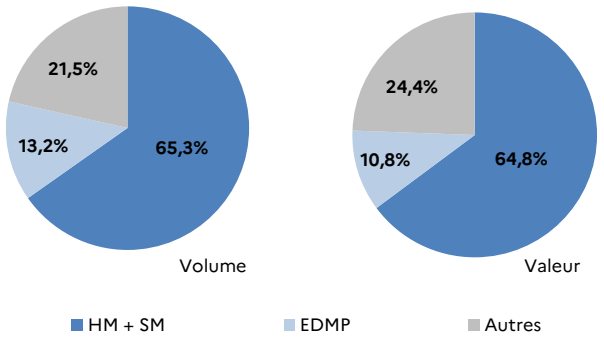
ROQUEFORT

ROQUEFORT : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



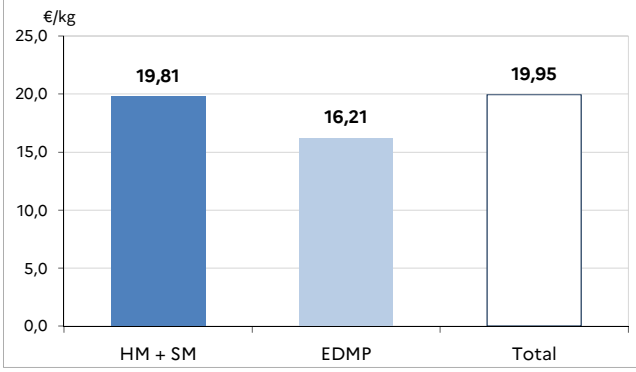
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

ROQUEFORT :
PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

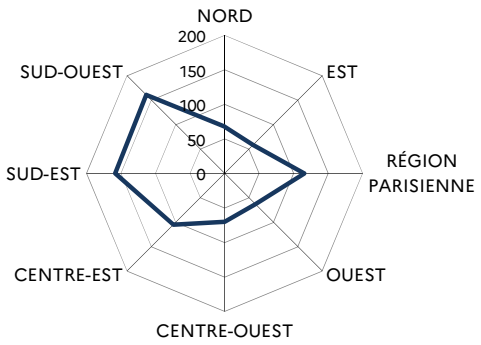
ROQUEFORT :
PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

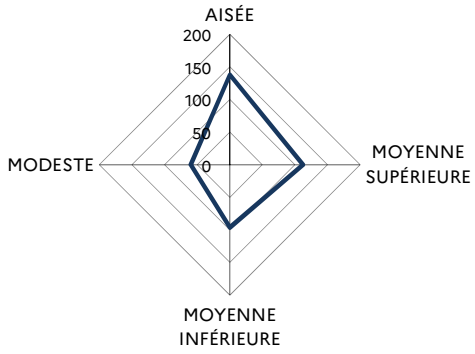
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

ROQUEFORT :
INDICE PAR RÉGION (2025)



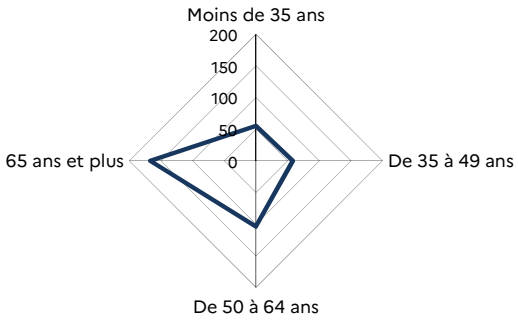
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

ROQUEFORT :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



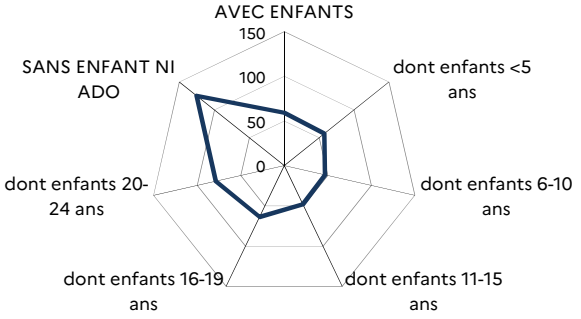
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

ROQUEFORT :
INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



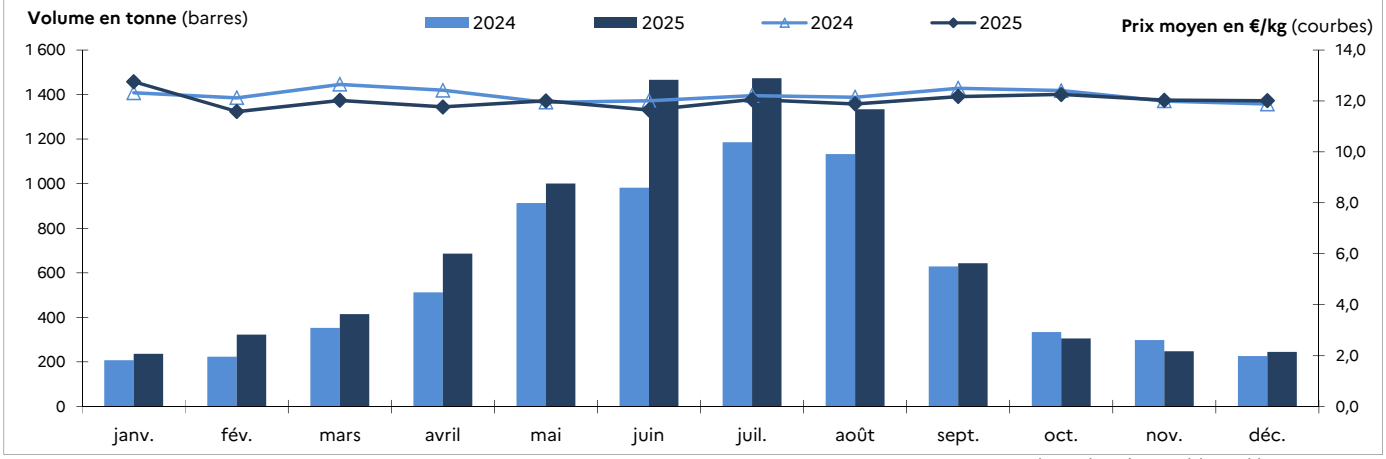
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

ROQUEFORT :
INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



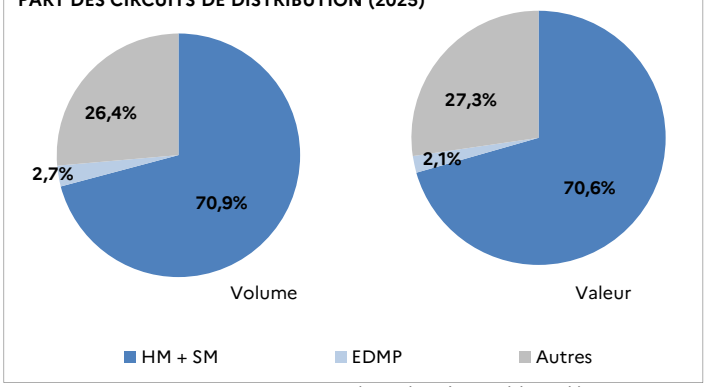
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FÉTA & ASSIMILÉS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



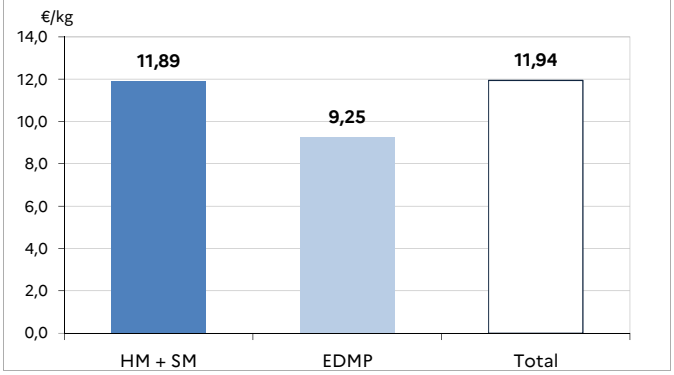
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FÉTA & ASSIMILÉS :
PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

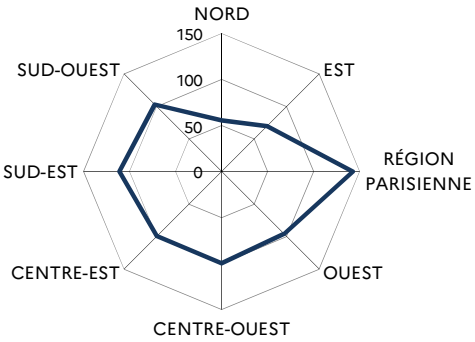
FÉTA & ASSIMILÉS :
PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

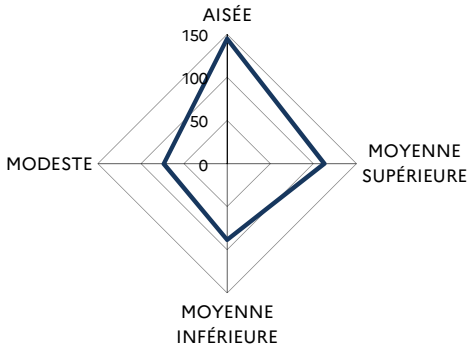
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

FÉTA & ASSIMILÉS :
INDICE PAR RÉGION (2025)



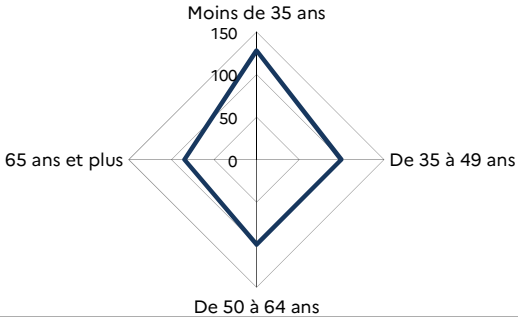
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FÉTA & ASSIMILÉS :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



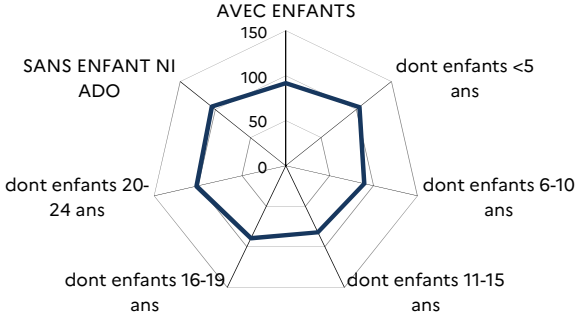
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FÉTA & ASSIMILÉS :
INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

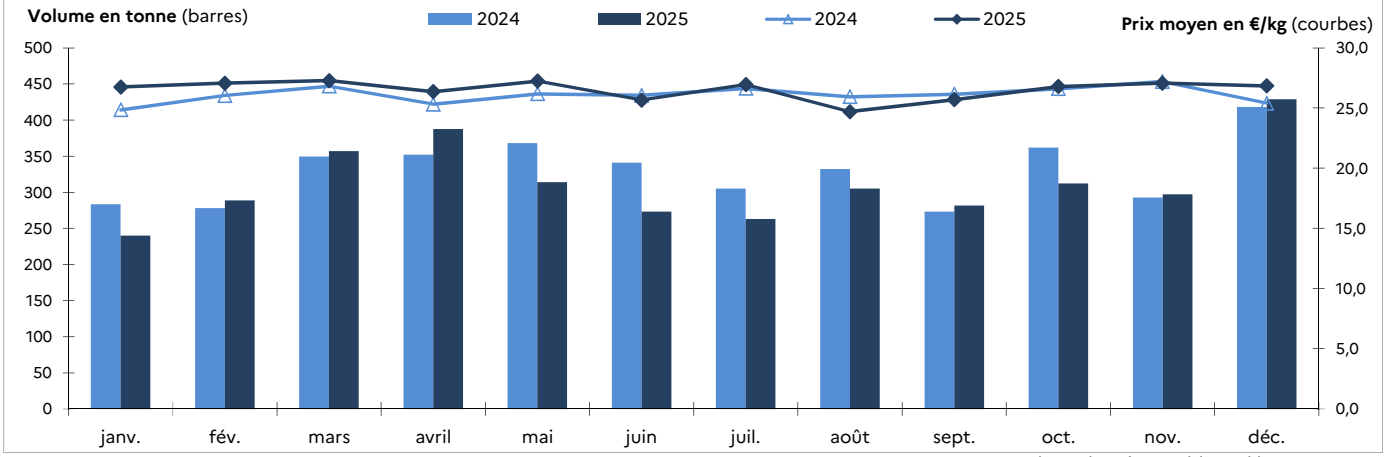
FÉTA & ASSIMILÉS :
INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

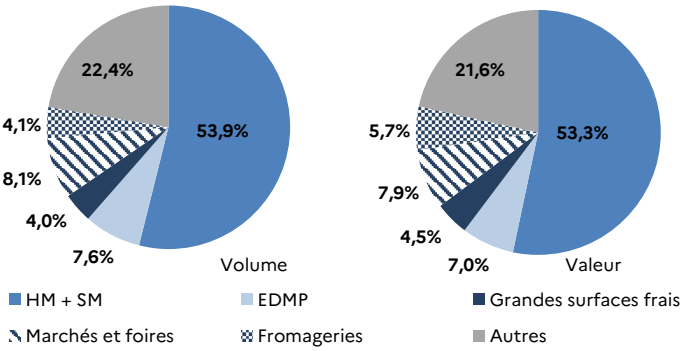
FROMAGES DE CHÈVRE AOP

FROMAGES DE CHÈVRE AOP : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



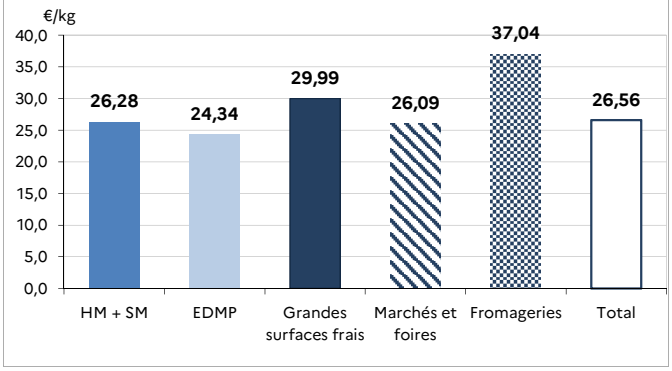
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGES DE CHÈVRE AOP : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

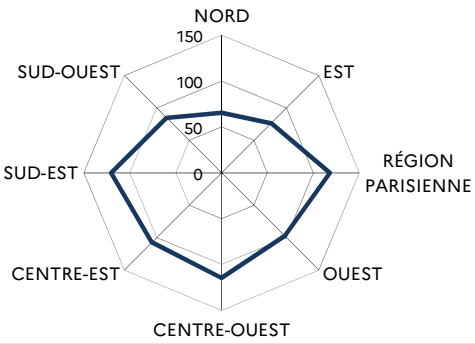
FROMAGES DE CHÈVRE AOP : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

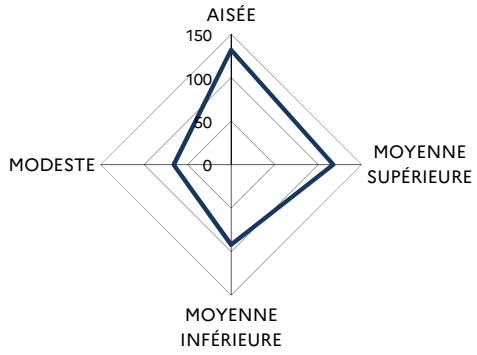
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

FROMAGES DE CHÈVRE AOP : INDICE PAR RÉGION (2025)



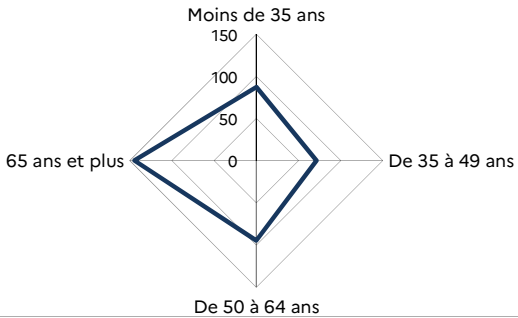
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGES DE CHÈVRE AOP : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



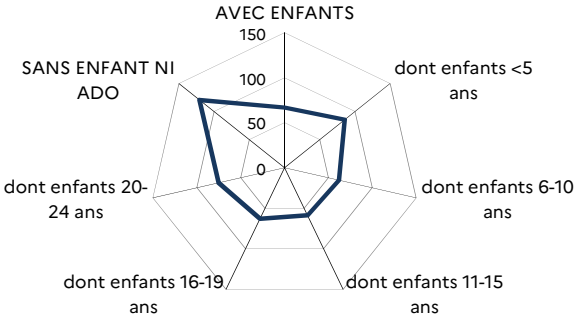
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGES DE CHÈVRE AOP : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



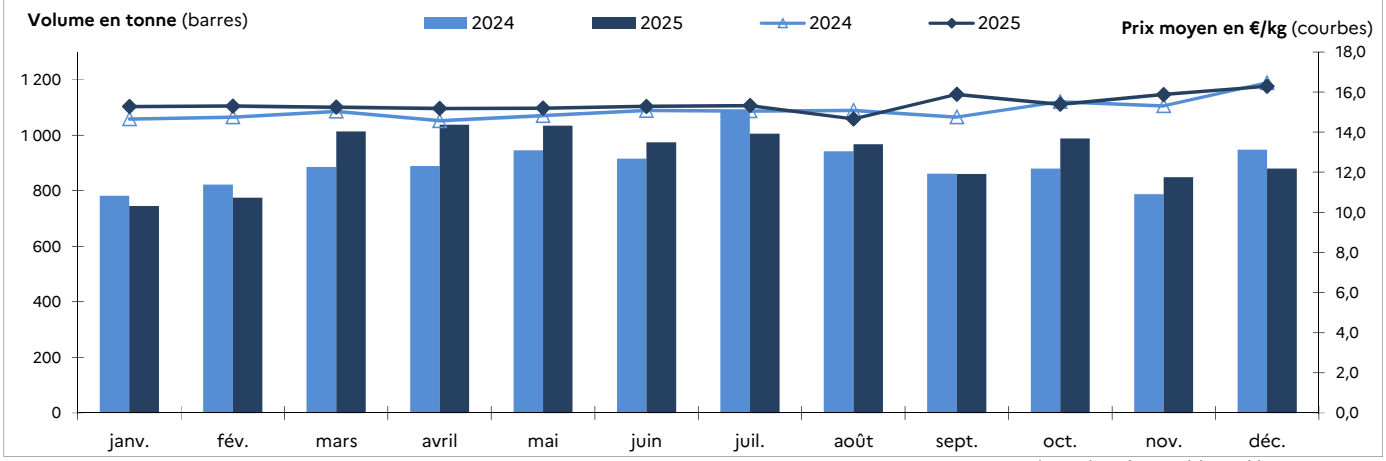
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

FROMAGES DE CHÈVRE AOP : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



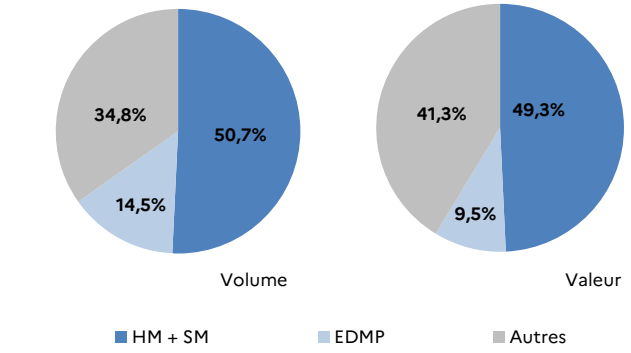
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CHÈVRE FRAIS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



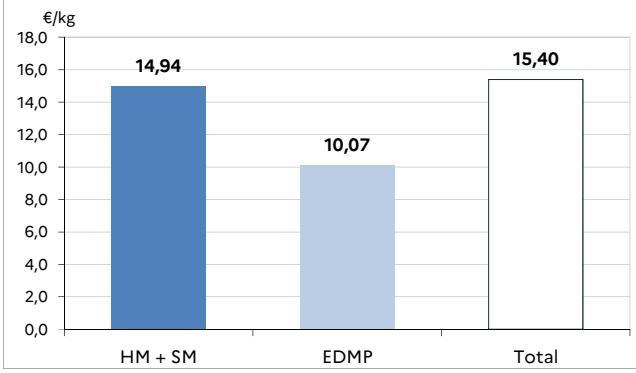
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CHÈVRE FRAIS :
PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

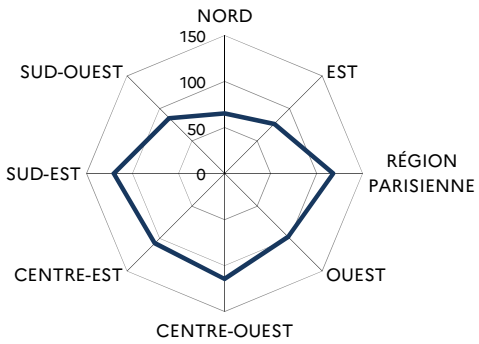
CHÈVRE FRAIS :
PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

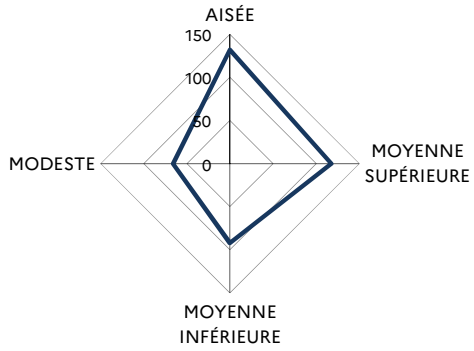
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

CHÈVRE FRAIS :
INDICE PAR RÉGION (2025)



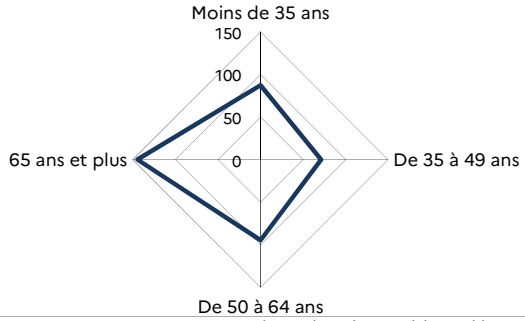
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CHÈVRE FRAIS :
INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



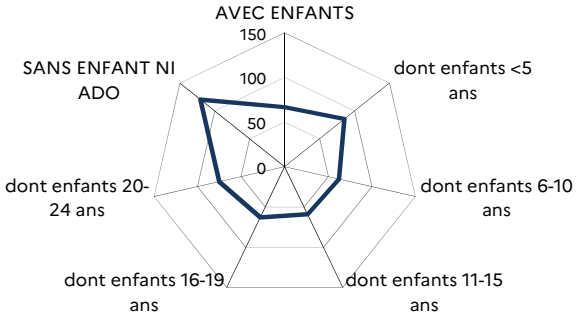
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

CHÈVRE FRAIS :
INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

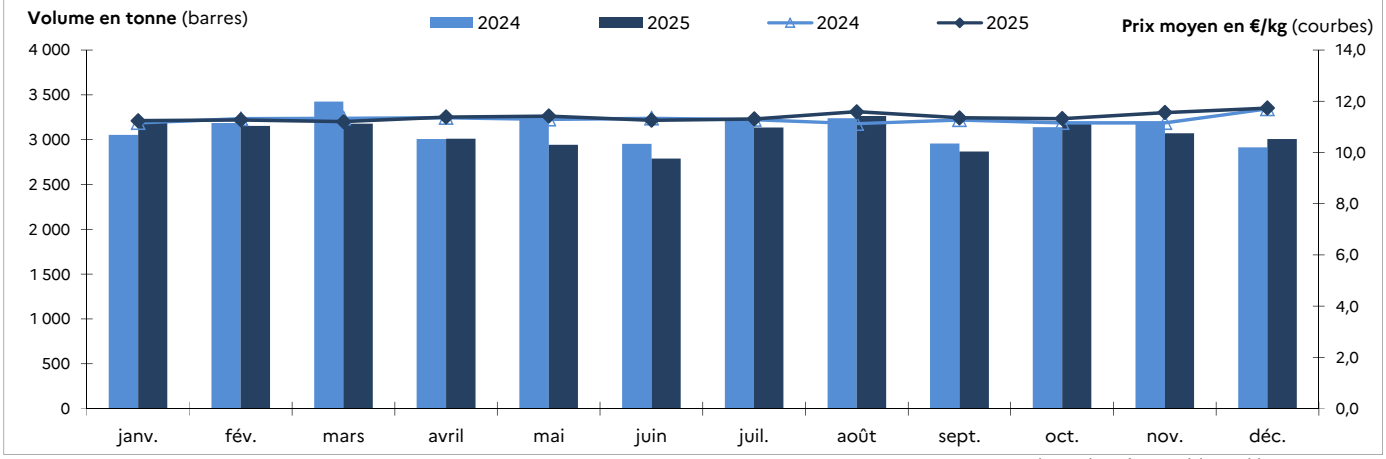
CHÈVRE FRAIS :
INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

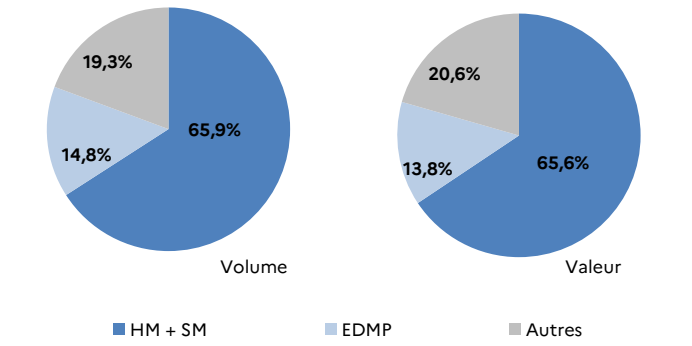
BÛCHETTE DE CHÈVRE AFFINÉE

BÛCHETTE DE CHÈVRE AFFINÉE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



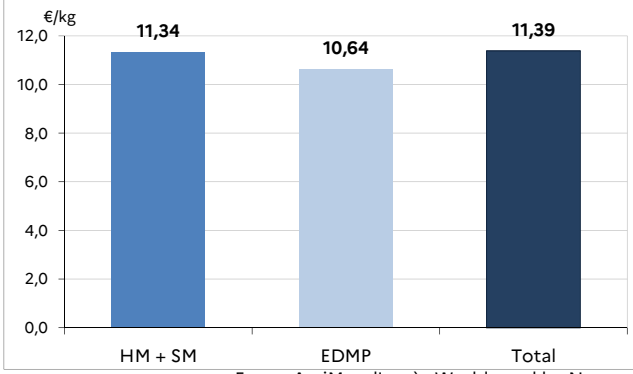
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BÛCHETTE DE CHÈVRE AFFINÉE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

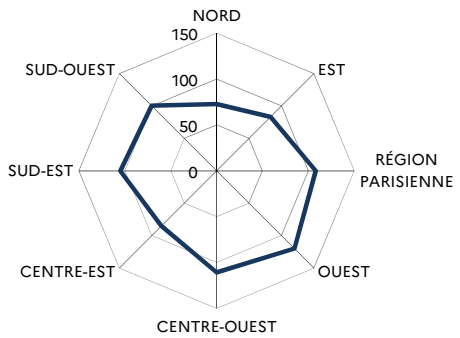
BÛCHETTE DE CHÈVRE AFFINÉE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

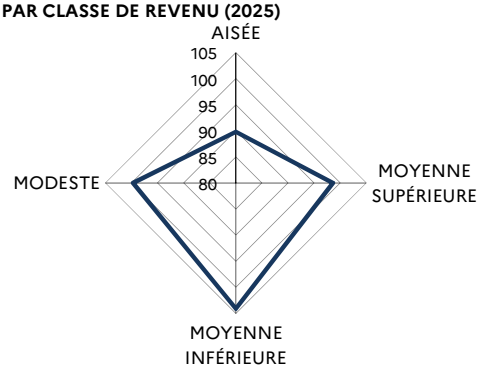
Diagrammes de Kiviat ci-dessous : voir note méthodologique p.6. Indice France entière = 100, calculé sur les volumes

BÛCHETTE DE CHÈVRE AFFINÉE : INDICE PAR RÉGION (2025)



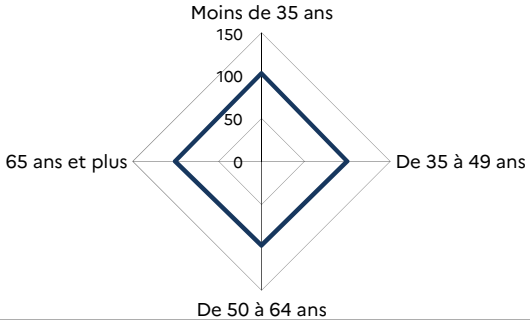
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BÛCHETTE DE CHÈVRE AFFINÉE : INDICE PAR CLASSE DE REVENU (2025)



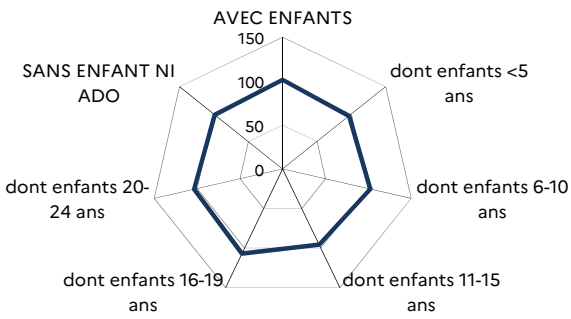
FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BÛCHETTE DE CHÈVRE AFFINÉE : INDICE SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

BÛCHETTE DE CHÈVRE AFFINÉE : INDICE SELON LA PRÉSENCE D'ENFANTS (2025)



FranceAgriMer d'après Worldpanel by Numerator

LES DONNÉES

Consommation de produits laitiers 2025
édition juillet 2026

Directeur de la publication : Martin Gutton
Rédaction : direction Marchés, études et prospective
Conception et réalisation : service Communication / Impression : service Arborial
Photographie ©www.magnific.com
ISSN (print) : 2743-7930 / ISSN (web) : 2677-6626

FranceAgriMer
ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

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

FranceAgriMer
FranceAgriMer FR