



**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



FranceAgriMer

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

La consommation alimentaire des ménages en 2025

Entretiens de l'Observatoire de la formation des prix et des marges

Salon International de l'Agriculture
26 février 2026

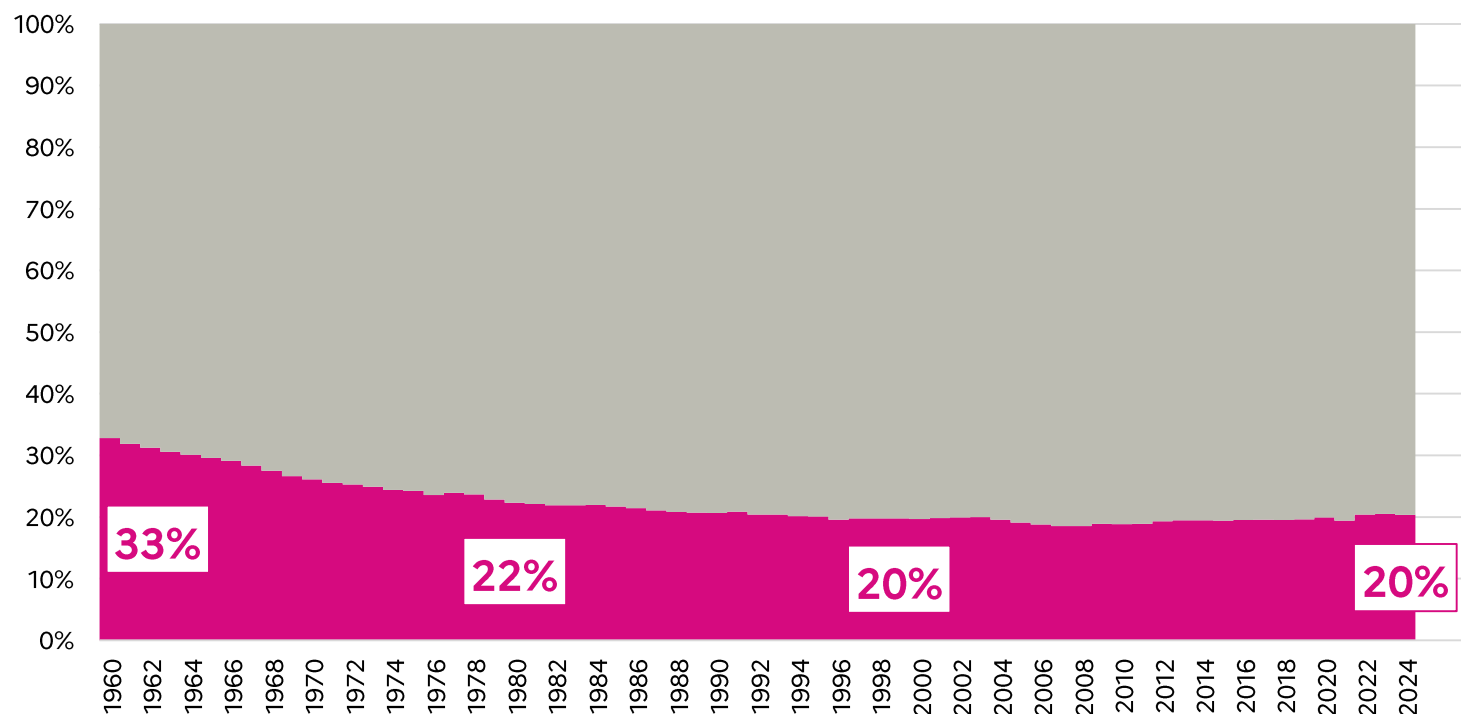
Anissa Benallal, Julia Gassie, Unité Consommations et valorisations alimentaires
Direction Marchés, études et prospective

Introduction

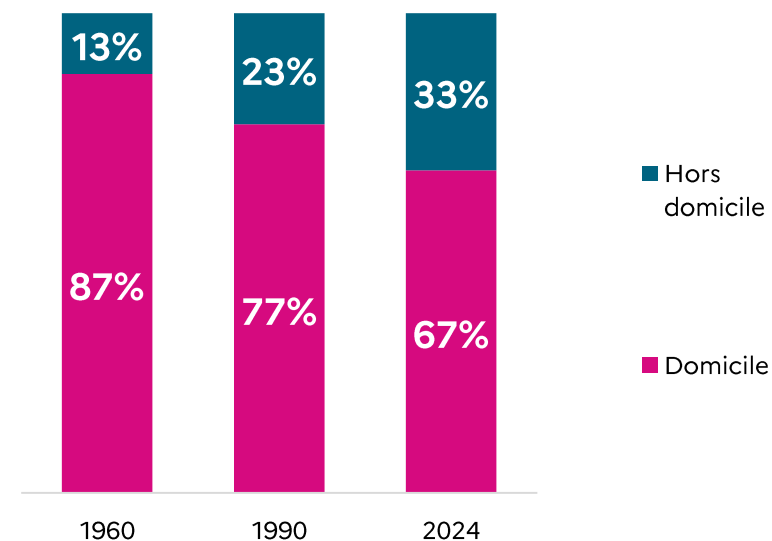
- Des comportements alimentaires qui présentent des évolutions structurelles lentes
- Mais qui peuvent aussi connaître des inflexions notables, comme par exemple, sur la période récente, dans le contexte de crises sanitaire (Covid-19) et liée à une forte inflation
- Plusieurs sources de données utilisées pour qualifier les tendances de consommation alimentaire (achats), avec des périmètres variables et des analyses sur les dépenses et les volumes :
 - Comptes de la Nation (Insee)
 - panel consommateurs Worldpanel by Numerator
 - panel distributeurs Circana

- **La part de l'alimentation dans le budget des ménages est stable depuis la fin des années 1990**
- **Au sein des dépenses alimentaires, la part du hors domicile augmente**

Structure du budget des ménages



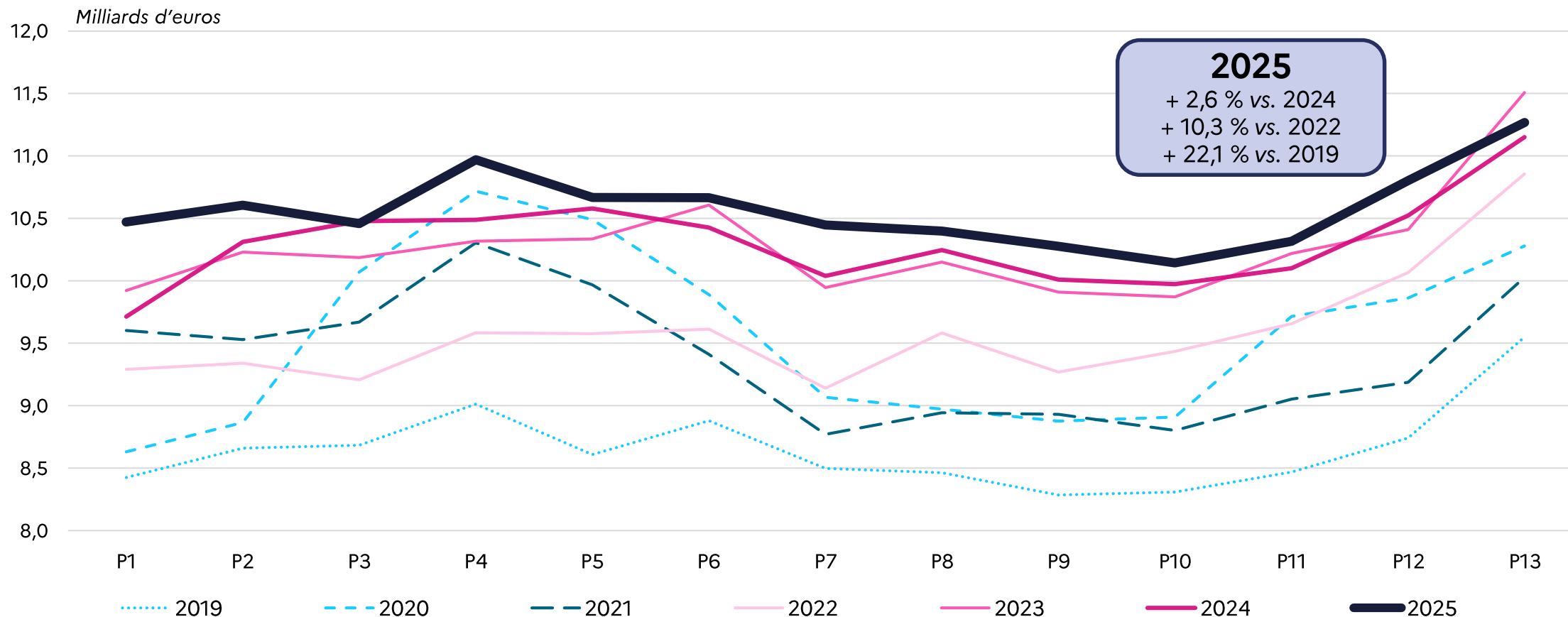
Répartition des dépenses alimentaires



Source : Insee - Comptes de la Nation, traitement FranceAgriMer

En 2025, les ménages ont dépensé 137 milliards d'euros en produits alimentaires (pour le domicile)

Dépenses alimentaires pour le domicile depuis 2019 – tous circuits

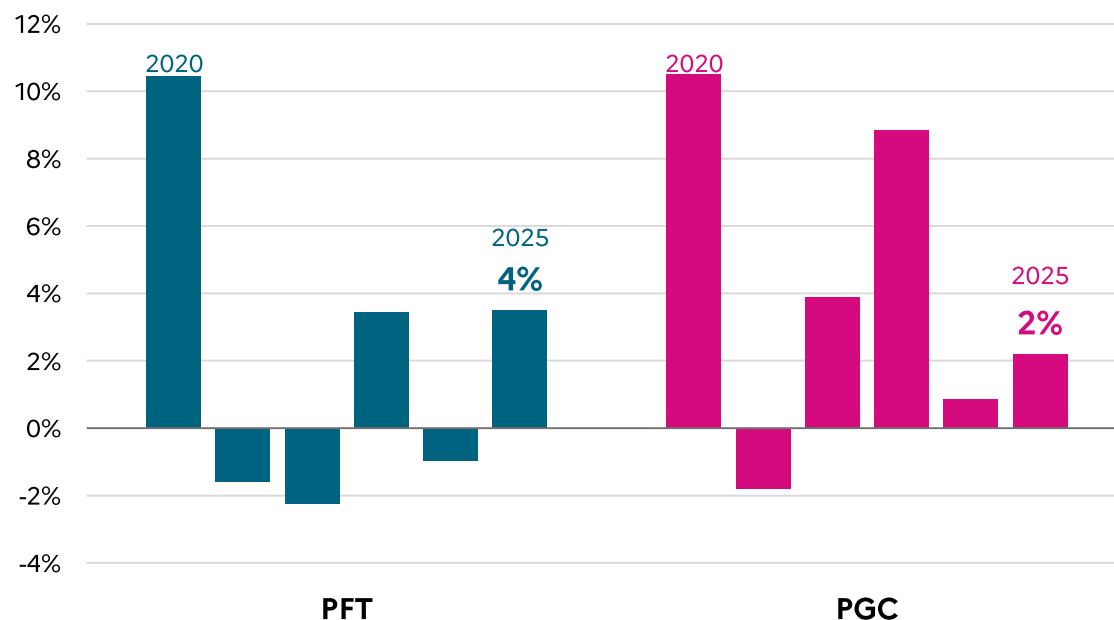


Source : Wordpanel by Numerator, traitement FranceAgriMer

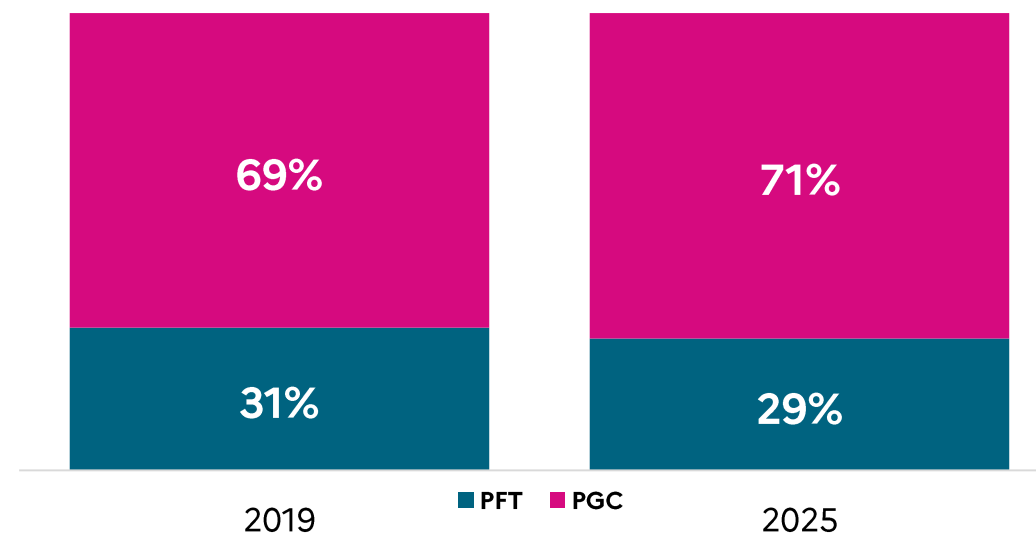
➤ En 2025, la hausse des dépenses concernant les PFT et les PGC

➤ La part des PGC progresse régulièrement depuis 2019

Évolution annuelle des dépenses depuis 2020



Répartition des dépenses entre PFT et PGC

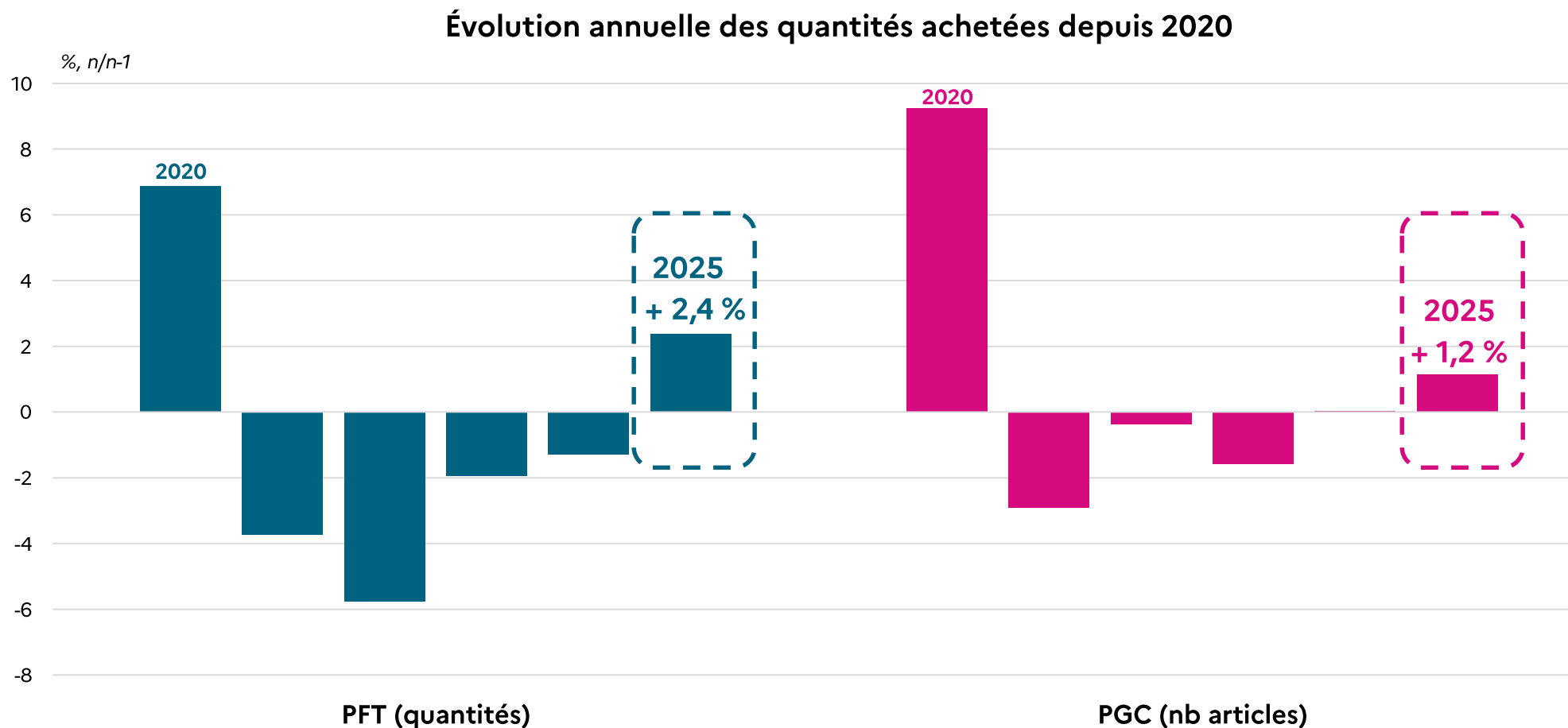


PFT : produits frais traditionnels (poids variable)

PGC : produits de grande consommation (code barre et poids fixe)

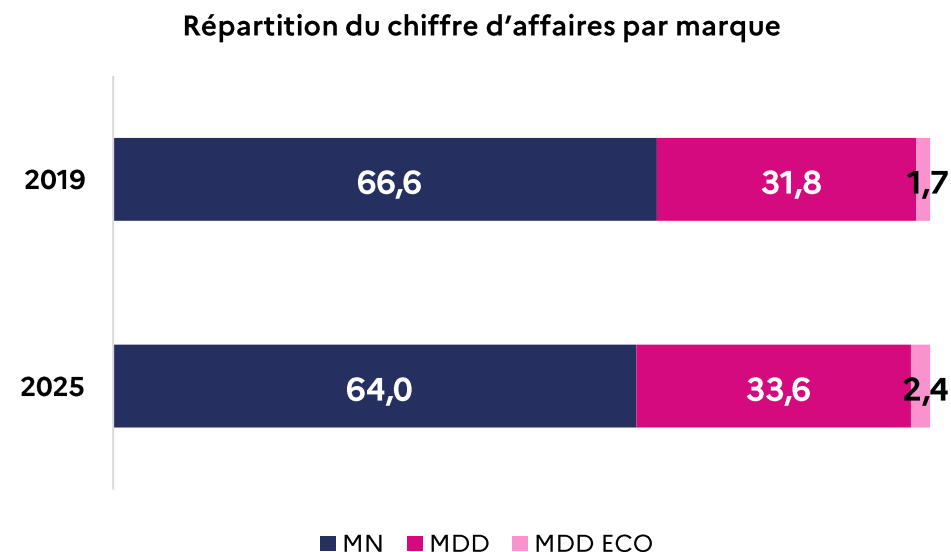
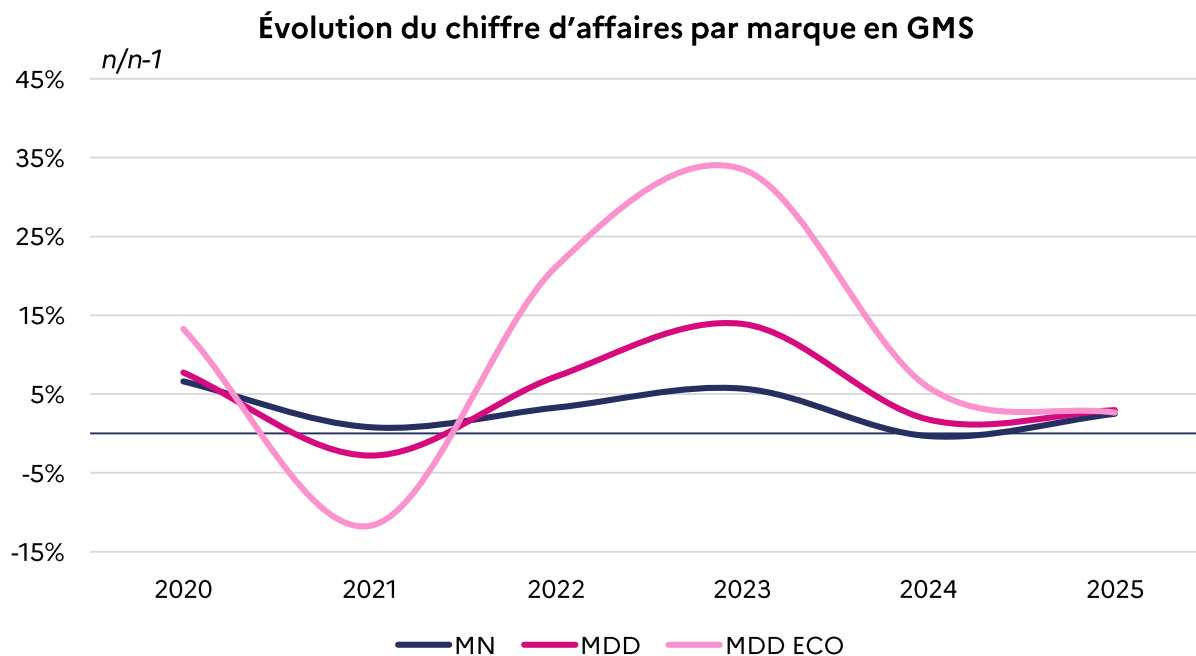
Source : Wordpanel by Numerator, traitement FranceAgriMer

Des quantités achetées à la hausse pour la première fois depuis 2020



Source : Wordpanel by Numerator, traitement FranceAgriMer

- Forte progression du chiffre d'affaires des marques de distributeurs éco pendant la période de forte inflation
- Les marques de distributeurs gagnent du terrain sur les marques nationales



MN : marque nationale

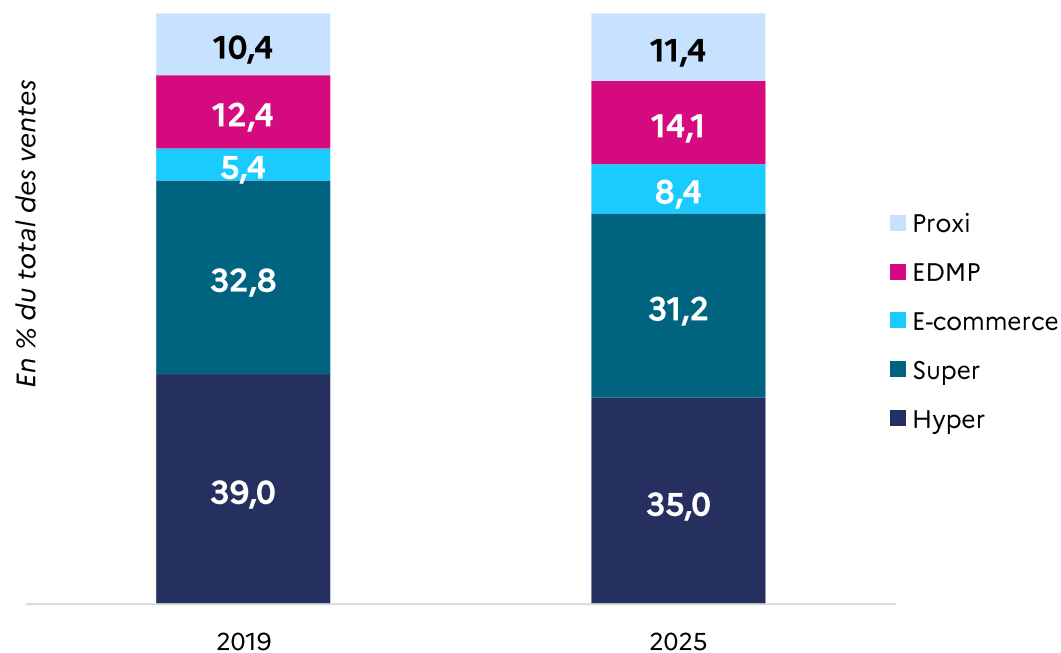
MDD : marque de distributeurs (hors MDD éco)

MDD éco : marque de distributeurs économique

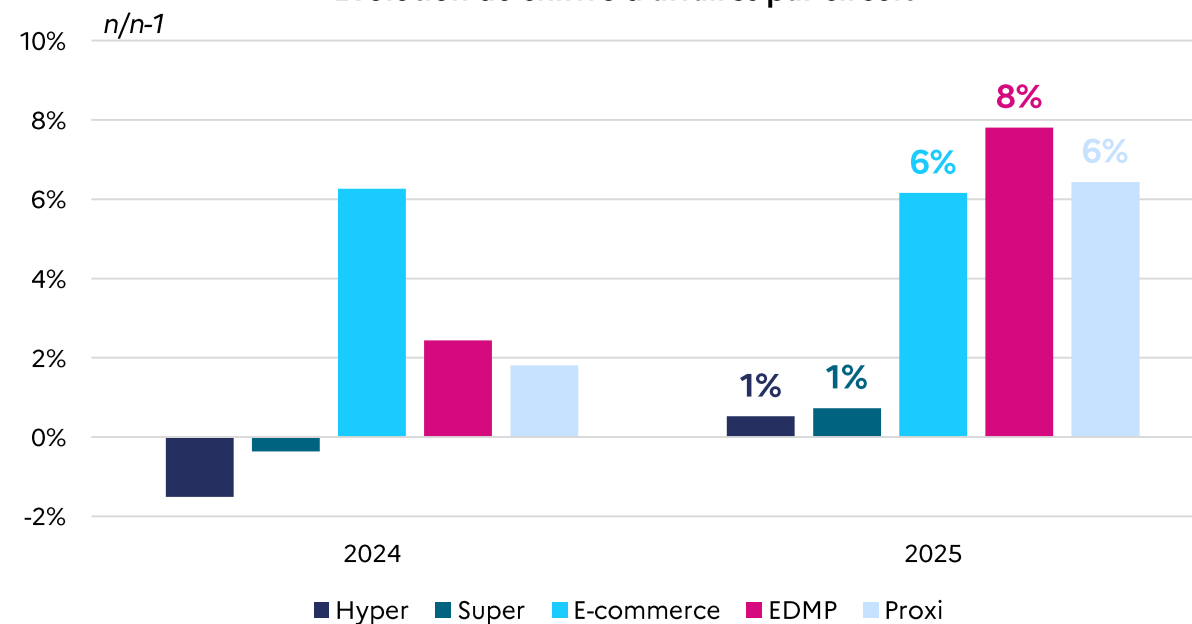
Source : Circana, traitement FranceAgriMer

- Les hyper et supermarchés perdent des parts de marché sur le total des GMS
- En 2025, le chiffre d'affaires de tous les circuits progresse, en particulier celui de l'e-commerce, des EDMP et des magasins de proximité

Part de marché par circuit de distribution en GMS

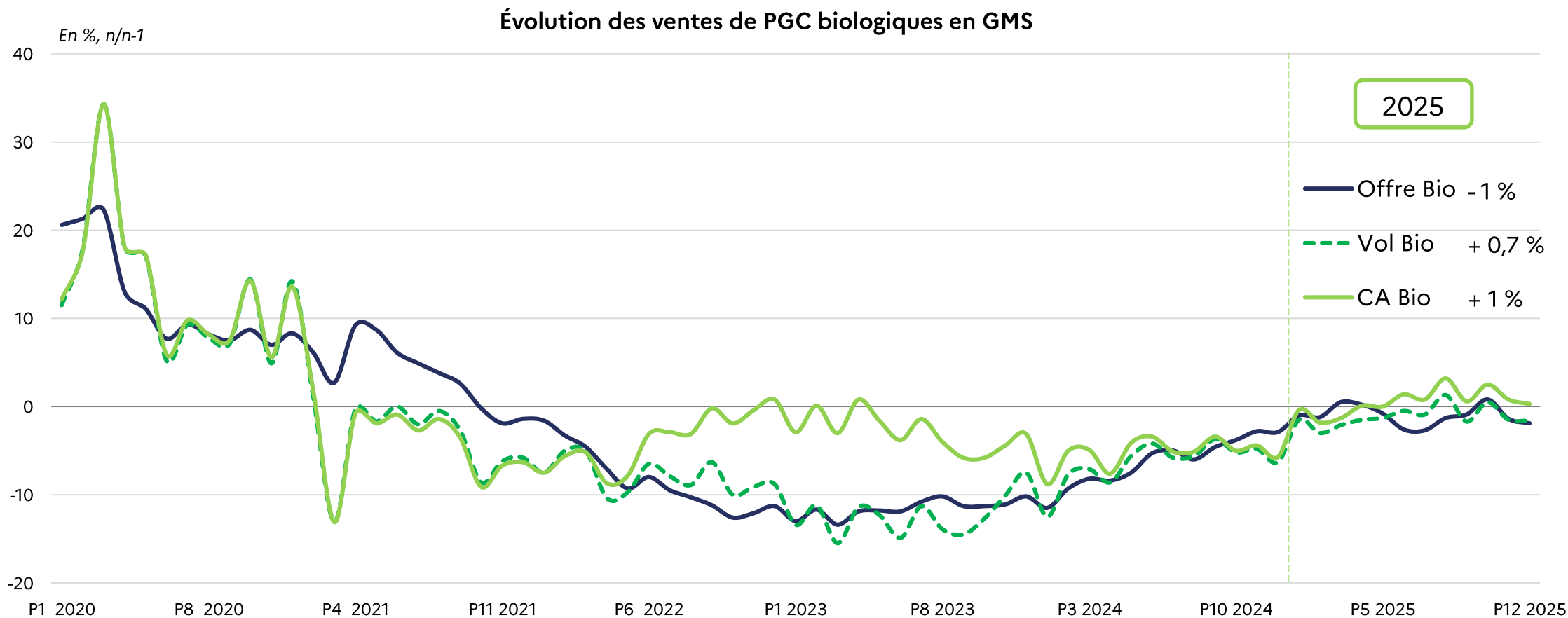


Évolution du chiffre d'affaires par circuit



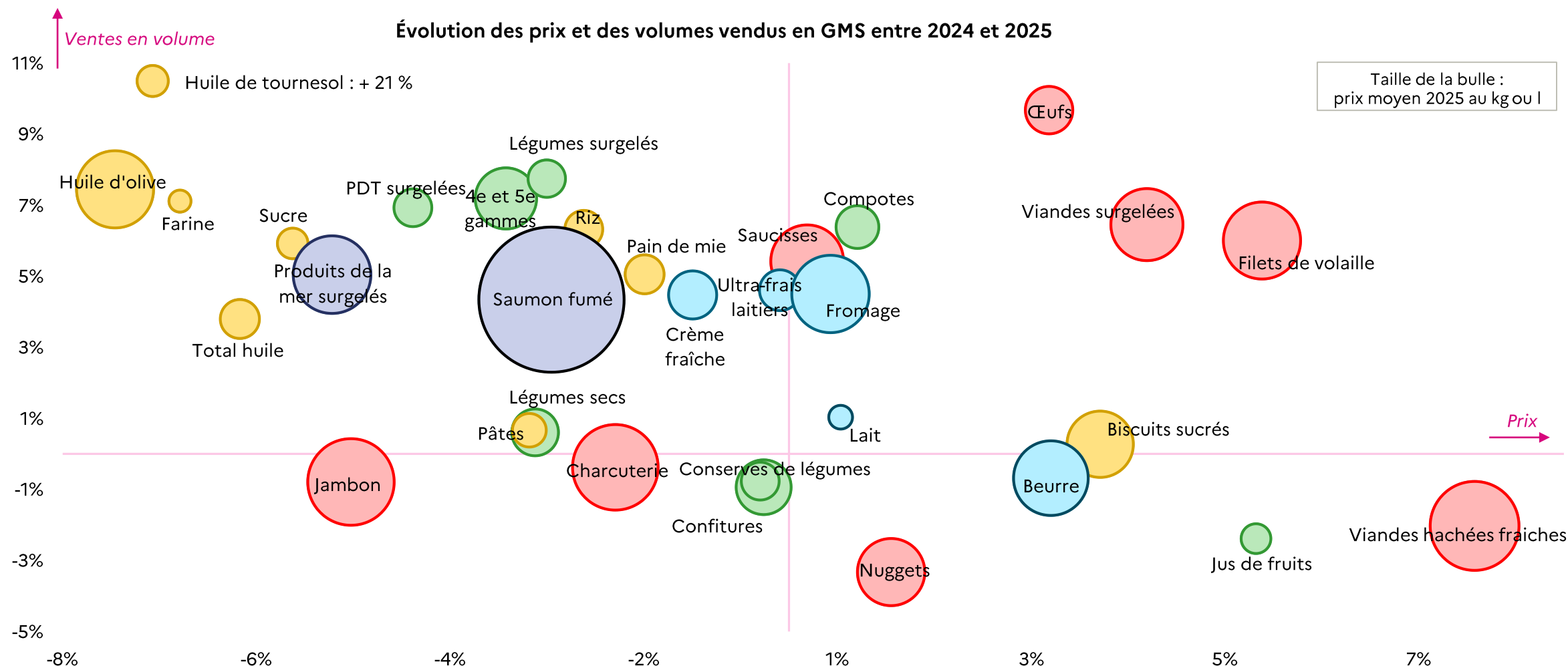
Source : Circana, traitement FranceAgriMer

- **Un début de reprise des ventes de produits bio en GMS en 2025**
- **Grâce à la conjonction de plusieurs facteurs : volumes et assortiments, selon les périodes**

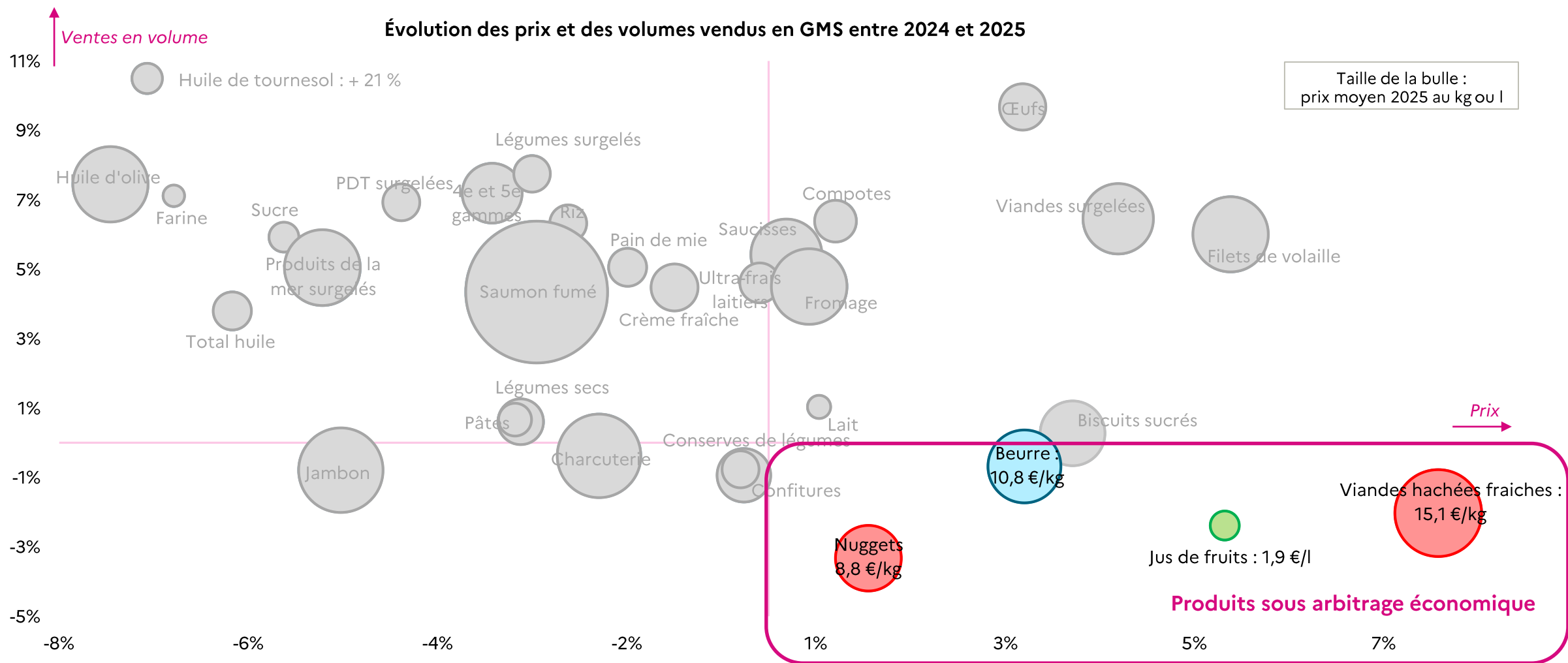


Source : Circana, traitement FranceAgriMer

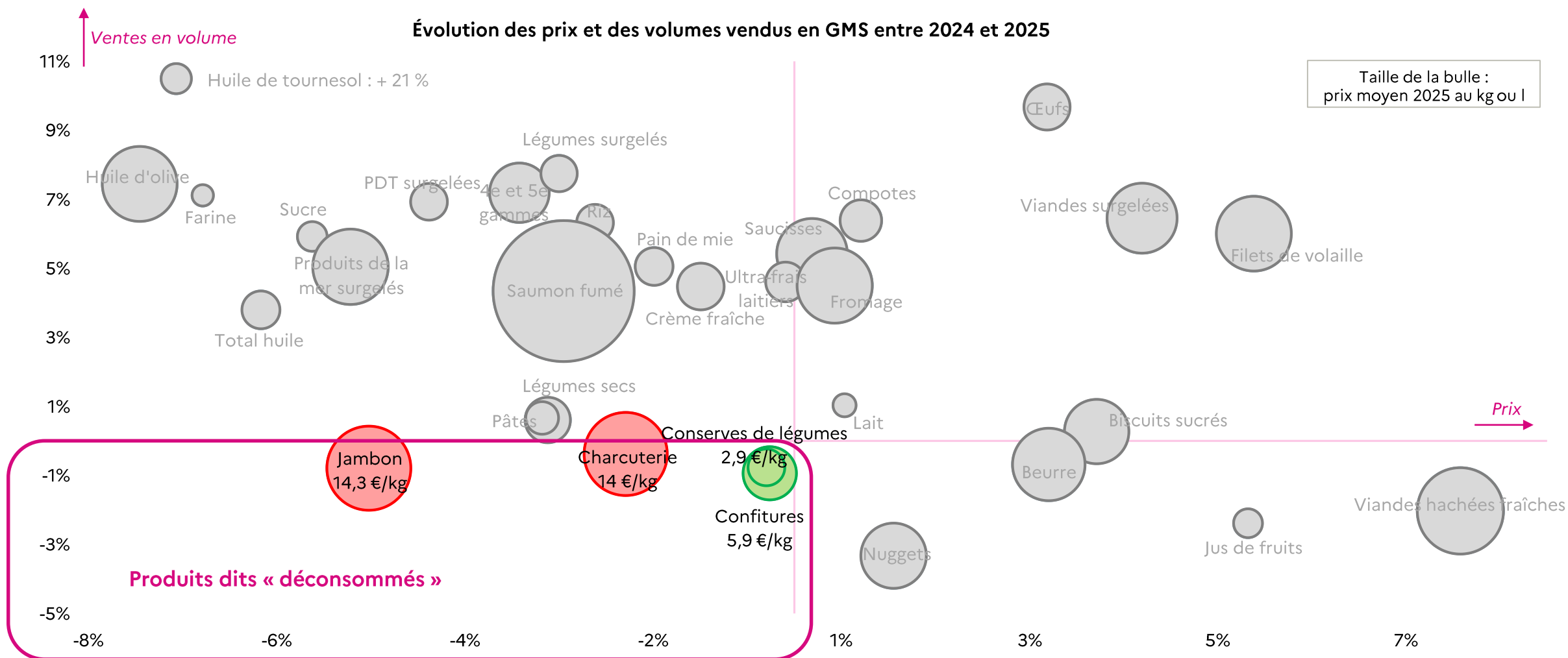
4 tendances d'évolution combinant prix et volumes vendus entre 2024 et 2025



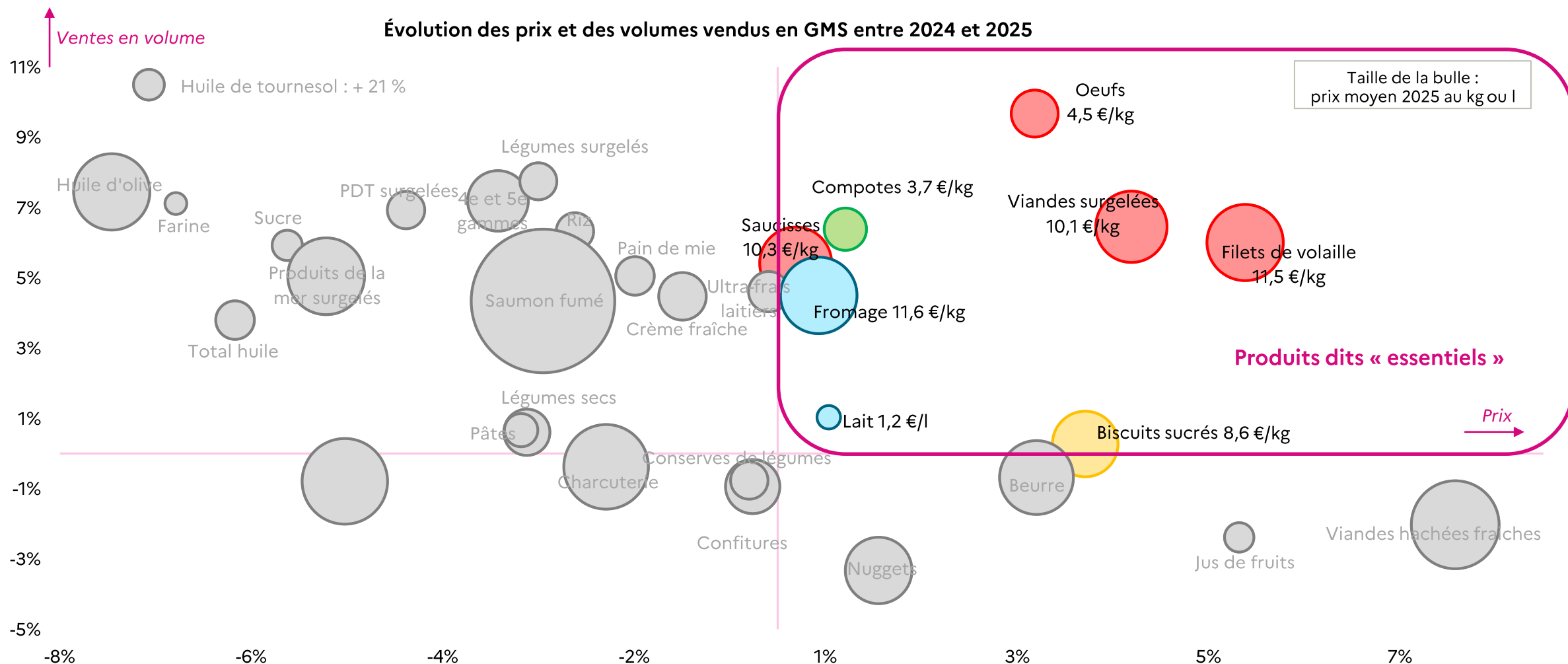
Produits sous arbitrage économique : hausse du prix et baisse des volumes



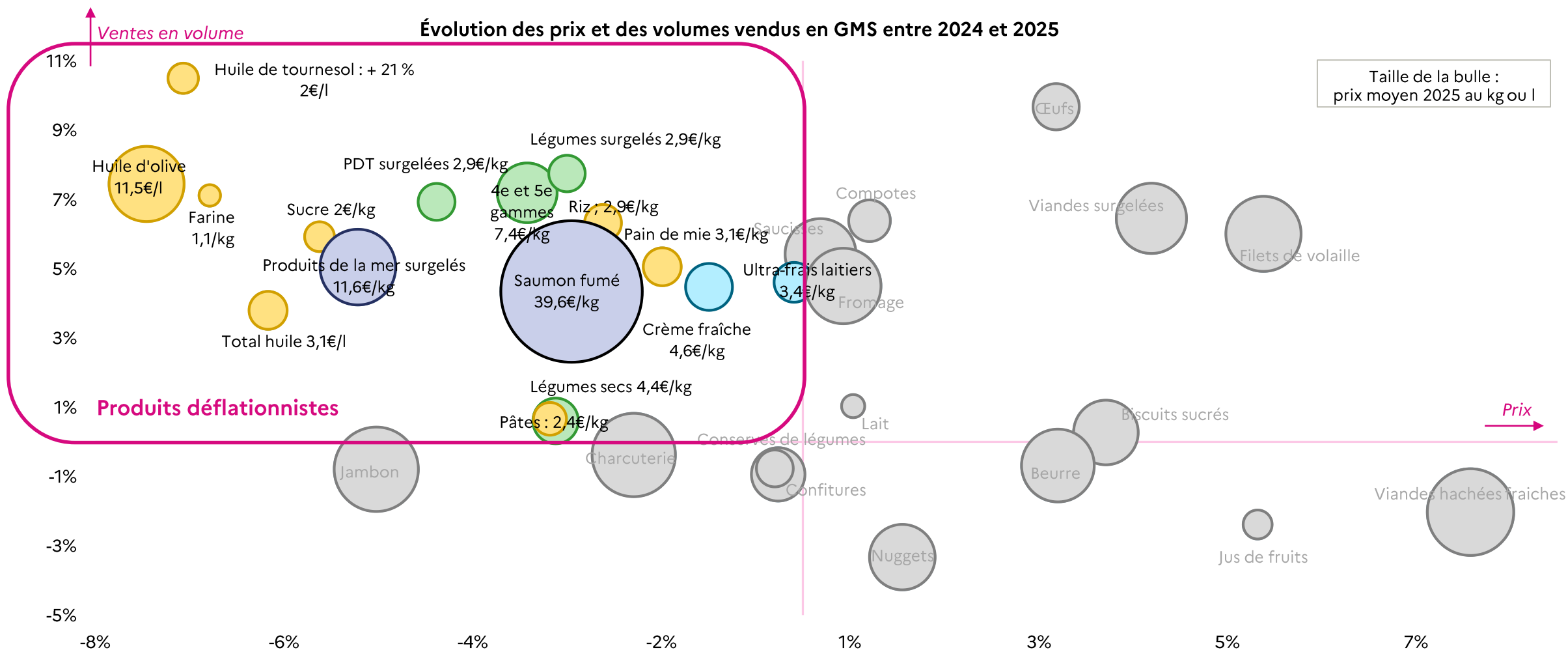
Produits dits « déconsommés » : une baisse des volumes malgré une baisse de prix



Produits dits « essentiels » : des volumes en hausse malgré une progression de prix



Produits déflationnistes : la baisse des prix entraîne une reprise des ventes



Conclusion

Dépenses et quantités

- En 2025, les dépenses ont progressé de 2,4 % vs. 2024 et de 22 % vs. 2019
- Les PGC représentent 71 % des achats, une part en hausse
- Les quantités achetées progressent pour la première fois depuis 2020

Marques et circuits

- Après une forte progression du CA des MDD éco lors du pic inflationniste, les évolutions entre marques sont désormais similaires
- Les parts de marché des MDD, des circuits de proximité, des EDMP et de l'e-commerce augmentent
- L'évolution du CA des hypers et supers est à contre courant de celle des autres circuits

Dynamique « prix – volumes »

- La moitié des 32 produits suivis combinent déflation et hausse des volumes
- Quelques produits subissent encore un arbitrage économique à cause de leur inflation persistante
- À noter : le maintien des achats de certains produits malgré leur inflation

Merci de votre attention !

Pour consulter les *Points conso* :

<https://www.franceagrimer.fr/chiffre-et-analyses-economiques/point-conso>

Étude « impact de l'inflation sur la consommation alimentaire » (2023)

<https://www.franceagrimer.fr/chiffre-et-analyses-economiques/impact-de-linflation-sur-la-consommation-alimentaire>

Contact : unite-consommation@franceagrimer.fr

www.franceagrimer.fr