

2023 - 2025

# Aperçu du marché de détail des aliments d'origine végétale en France

Viande, lait et boissons, fromage,  
yaourt et crème.



Photo: AOSTE

## Résumé

Ce rapport présente les tendances en matière de vente au détail pour cinq catégories d'alternatives végétales (viande au rayon frais, boissons et laits, fromage, yaourt et crème) en France entre 2023 et 2025, d'après les données fournies par Circana.

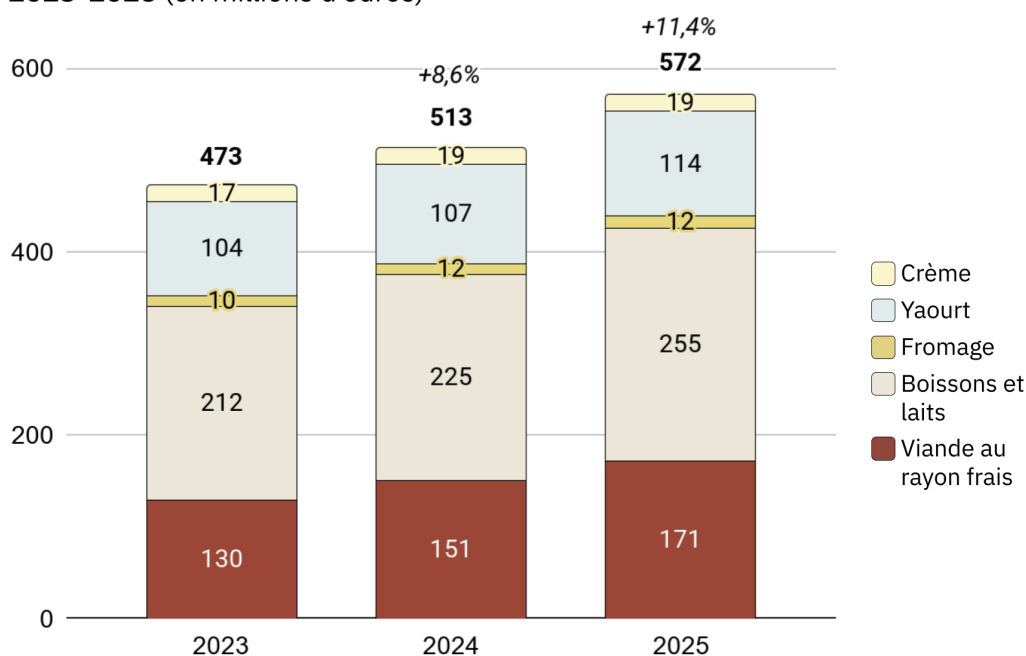
Le marché français de la vente au détail pour les **cinq catégories** d'alternatives végétales a été évalué à **572 millions d'euros en 2025**.

La valeur des ventes combinée de cinq catégories d'aliments d'origine végétale en France a **augmenté de 11 %** en 2025.

La valeur combinée des volumes de ventes de cinq catégories d'aliments d'origine végétale en France a **augmenté de 13 %** en 2025.

La demande en alternatives végétales s'est intensifiée en France en 2025, avec une forte croissance aussi bien pour les produits de marque que pour les produits de marque de distributeur. On constate une hausse dans les cinq catégories d'alternatives végétales couvertes par ce rapport. Toutefois, le marché français des alternatives végétales reste jeune : seules les boissons végétales et laits végétaux ont atteint une part de marché significative par rapport à leur équivalent d'origine animale (5,5 % du volume des ventes en 2025).

**Valeur des ventes d'alternatives végétales par catégorie en France, 2023-2025** (en millions d'euros)



La valeur des ventes combinée pour ces cinq catégories d'alternatives végétales était de 572 millions d'euros en 2025. La croissance en glissement annuel de la valeur des ventes était de 8,6 % en 2024 et de 11,4 % en 2025, indiquant un marché en accélération.

De même, les ventes unitaires globales ont augmenté de 7,2 % en 2024 et de 13,7 % en 2025, pour atteindre 250 millions d'unités. Le volume des ventes s'est également accéléré, progressant de 4,6 % en 2024 et de 13,3 % en 2025, pour atteindre 163 millions de kg.

Le volume des ventes de produits végétaux **de marque** a augmenté de **1,2 % en 2024** et de **13,3 % en 2025**.

Le volume des ventes de produits végétaux en **marque de distributeur** a augmenté de **9,4 % en 2024** et de **13,2 % en 2025**.

Les cinq catégories d'alternatives végétales couvertes dans ce rapport ont progressé en valeur des ventes, en ventes unitaires et en volume des ventes en 2024 et en 2025. Leur croissance du volume des ventes en pourcentage a surpassé celle de leurs équivalents d'origine animale en 2025.

En 2025, les boissons végétales et laits végétaux constituaient la catégorie d'alternatives végétales la plus établie, affichant la valeur des ventes la plus élevée, la part de marché la plus importante, et une croissance continue malgré un prix supérieur à celui du lait d'origine animale.

<b>Boissons végétales et laits végétaux en 2025</b>			
<b>255 millions d'euros de valeur des ventes annuelle</b>	<b>5,5 %</b> du volume total des ventes de lait (végétal et d'origine animale)	<b>14,8 % de croissance</b> du volume des ventes en <b>glissement annuel</b>	<b>68 % plus cher au litre</b> que le lait d'origine animale

La viande végétale a connu une croissance à deux chiffres en 2024 et en 2025. Le volume des ventes s'est accéléré, progressant de 13,1 % en 2024 et de 16,8 % en 2025.

Le fromage végétal reste une catégorie de niche, avec seulement 0,09 % du volume total des ventes de fromage. Le taux de croissance du volume des ventes a ralenti, passant de 14,9 % en 2024 à 5,9 % en 2025.

La demande de yaourt végétal s'est accélérée. Le volume des ventes a connu une hausse de 2,1 % en 2024 et de 6,8 % en 2025. Il représentait 2,4 % du volume des ventes de l'ensemble du yaourt en 2025.

La crème végétale était 13 % moins chère que la crème d'origine animale en 2025. Elle représentait 1,6 % du volume des ventes de crème en 2025. Le volume des ventes a progressé de 10,0 % en 2024 et de 4,0 % en 2025.

Cette année, notre rapport comprend un nouveau chapitre consacré **au tofu, au tempeh et au seitan**. Ces produits ne sont pas classés comme viande végétale et ne sont pas comptabilisés dans le total des alternatives végétales, car ils ne sont pas explicitement commercialisés comme des substituts directs de produits d'origine animale spécifiques. Ce positionnement distinct nous permet de faire une comparaison intéressante avec la viande végétale, qui vise quant à elle à reproduire le goût et la texture de la viande. En 2025, le volume des ventes de viande végétale était 14,5 fois supérieur au volume combiné des ventes de tofu, tempeh et seitan.

### **Vue d'ensemble des ventes d'alternatives végétales en France par catégorie, 2023-2025**

	Valeur des ventes			Ventes unitaires			Volume des ventes		
	2025 (millions d'euros)	Variation 2024-25	Variation 2023-25	2025 (millions d'euros)	Variation 2024-25	Variation 2023-25	2025 (millions d'euros)	Variation 2024-25	Variation 2023-25
Viande au rayon frais	171,3	13,5%	32,1%	58,2	19,4%	42,5%	10,1	16,8%	32,1%
Boissons et laits	255,1	13,4%	20,6%	122,4	15,4%	21,0%	122,3	14,8%	19,7%
Fromage	12,2	5,4%	21,5%	4,5	6,4%	23,2%	0,7	5,9%	21,7%
Yaourt	114,3	6,6%	9,8%	52,6	7,0%	8,6%	24,8	6,8%	9,0%
Crème	18,9	1,9%	9,2%	11,9	5,2%	12,2%	4,7	4,0%	14,4%
<b>Total</b>	<b>571,7</b>	<b>11,4%</b>	<b>21,0%</b>	<b>249,6</b>	<b>13,7%</b>	<b>21,9%</b>	<b>162,6</b>	<b>13,3%</b>	<b>18,5%</b>

*Données supplémentaires sur des produits non comptabilisés dans le total des alternatives végétales*

Tofu, tempeh et seitan	8,0	20,9%	17,2%	3,0	25,4%	26,7%	0,7	22,7%	4,5%
------------------------	-----	-------	-------	-----	-------	-------	-----	-------	------

# Table des matières

<b>Résumé</b>	<b>2</b>
<b>Table des matières</b>	<b>5</b>
<b>À propos des données</b>	<b>7</b>
<b>Termes principaux</b>	<b>8</b>
<b>Vue d'ensemble du marché des alternatives végétales</b>	<b>10</b>
Marché français total des alternatives végétales	10
Catégories	11
Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur	12
Comparaison avec les aliments d'origine animale	14
<b>Viande végétale</b>	<b>15</b>
Marché total	15
Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur	17
Répartition par format de produit	18
Part de marché	19
Évolution des prix par rapport aux équivalents d'origine animale	20
<b>Focus sur le tofu, le tempeh et le seitan</b>	<b>21</b>
Marché total	21
Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur	22
Évolution des prix	23
<b>Boissons végétales et laits végétaux</b>	<b>24</b>
Marché total	24
Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur	25
Répartition par format de produit	26
Part de marché	27
Évolution des prix par rapport aux équivalents d'origine animale	28
<b>Fromage végétal</b>	<b>30</b>
Marché total	30
Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur	31
Répartition par format de produit	32
Part de marché	33
Évolution des prix par rapport aux équivalents d'origine animale	34
<b>Yaourt végétal</b>	<b>35</b>
Marché total	35
Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur	36
Répartition par format de produit	37
Part de marché	38
Évolution des prix par rapport aux équivalents d'origine animale	39
<b>Crème végétale</b>	<b>40</b>
Marché total	40

Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur	41
Répartition par format de produit	42
Part de marché	43
Évolution des prix par rapport aux équivalents d'origine animale	44
<b>Conclusion</b>	<b>45</b>
<b>À propos du Good Food Institute Europe</b>	<b>47</b>
<b>Contact</b>	<b>47</b>

## À propos des données

Ce rapport rend compte des données sur les ventes recueillies par [Circana](#), issues des détaillants en France. Les données ont été analysées par le Good Food Institute Europe.

Les données pour la France intègrent les ventes au détail en hypermarchés, supermarchés, e-commerce, magasins de proximité et enseignes discount, exception faite pour la viande d'origine animale surgelée, pour laquelle les données couvrent tous ces circuits à l'exception des enseignes discount. Les données ne tiennent pas compte des ventes des services de restauration, tels que les restaurants ou les enseignes de restauration rapide.

Les données pour 2023, 2024 et 2025 couvrent des périodes de 52 semaines, les dates exactes variant selon la catégorie de produit.

Veillez noter qu'en raison des ajustements continus et de la révision rétrospective des jeux de données par Circana, les chiffres présentés ici ne sont pas directement comparables à ceux publiés dans l'édition précédente de ce rapport. Plus précisément, les données relatives aux ventes dans les enseignes discount en France ont été améliorées par Circana.

Par ailleurs, la couverture de la catégorie de la crème végétale a évolué depuis la dernière édition de ce rapport, ce qui signifie que cette catégorie reflète désormais plus fidèlement les produits positionnés en tant qu'alternatives aux produits laitiers.

## Termes principaux

**Alternatives végétales :** aliments fabriqués à partir de végétaux. Lorsque les données le permettaient, nous avons particulièrement tenu compte des alternatives végétales qui visent à imiter le goût et la consistance des produits d'origine animale. Dans certaines catégories, les produits non similis, tels que ceux à base de haricots ou de lentilles, sont également inclus, car les données ne permettent pas de déterminer des sous-catégories plus fines.

**Aliments d'origine animale :** aliments issus d'animaux, tels que la viande de porc ou le lait de vache.

**Viande végétale :** aliments produits à partir de végétaux ou de champignons et dont le goût et la consistance sont destinés à être similaires à ceux de la viande d'origine animale. Les données de Circana relatives à la viande végétale incluent des produits imitant le goût et la texture de la viande, mais aussi certains produits qui ne sont pas des substituts directs de la viande, comme les steaks de haricots, car il était impossible de les isoler totalement de ces produits. Les alternatives végétales peuvent contenir une petite quantité d'œufs ou de produits laitiers, mais les ingrédients végétaux, tels que le soja ou le pois, sont leurs principales sources de protéines. La viande végétale n'inclut pas le tofu, le tempeh ou le seitan, ces catégories étant présentées séparément dans le rapport.

**Boissons végétales et laits végétaux :** boissons produites à partir de végétaux, tels que le soja ou l'avoine, visant à imiter le goût et les caractéristiques du lait d'origine animale. La catégorie des boissons végétales et laits végétaux inclut les laits végétaux sans arôme et aromatisés ainsi que certaines autres boissons contenant une alternative à des produits laitiers, comme les boissons au café. Elle n'inclut pas les jus de fruits ou d'autres boissons qui ne visent pas à répliquer des produits laitiers.

**Part de marché :** proportion de toutes les ventes d'alternatives végétales au sein d'une catégorie de produit plus vaste (comprenant à la fois les versions végétales et d'origine animale). Cette proportion est calculée en divisant les ventes de produits végétaux par la somme des ventes de produits végétaux et d'origine animale. La part de marché peut être calculée sur la base du volume ou de la valeur des ventes. Dans ce rapport, la part de marché est calculée uniquement sur les ventes au détail de produits préemballés.

**Marque de distributeur :** produits vendus en apposant la marque d'un détaillant, contrairement aux produits de marque. On les appelle également « marques propres ».

**Valeur des ventes :** valeur totale des ventes mesurée en euros (€).

**Volume des ventes :** quantité totale de produits vendus mesurée en kilogrammes (kg) ou litres, selon la catégorie de produit.

**Ventes unitaires :** nombre total d'unités d'un produit vendu. Une unité peut correspondre à une brique, une boîte ou un tube, par exemple.

# Vue d'ensemble du marché des alternatives végétales

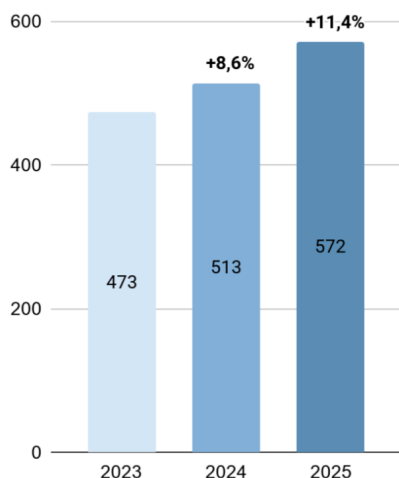
## Marché français total des alternatives végétales

Le marché français des alternatives végétales a connu une forte croissance en 2025, avec une accélération de la demande par rapport à 2024.

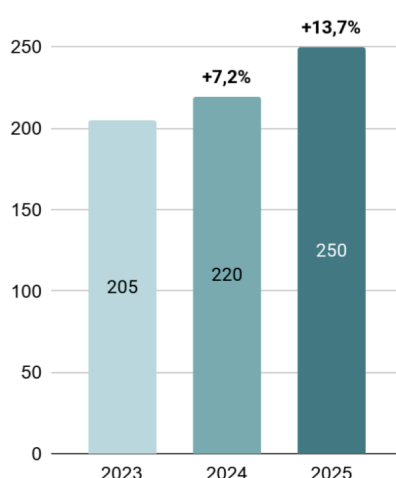
En 2025, la valeur annuelle totale des ventes pour les cinq catégories d'alternatives végétales (viande au rayon frais, boissons et laits, fromage, yaourt et crème) a augmenté de 11,4 %, pour atteindre 572 millions d'euros, soit une hausse de 21,0 % par rapport à 2023. Sur cette même période, les ventes unitaires ont augmenté de 21,9 %, totalisant 250 millions d'unités. Les ventes par volume ont connu une hausse de 18,5 %, représentant 163 millions de kg en 2025.

### Ventes d'alternatives végétales pour les cinq catégories en France, 2023-2025

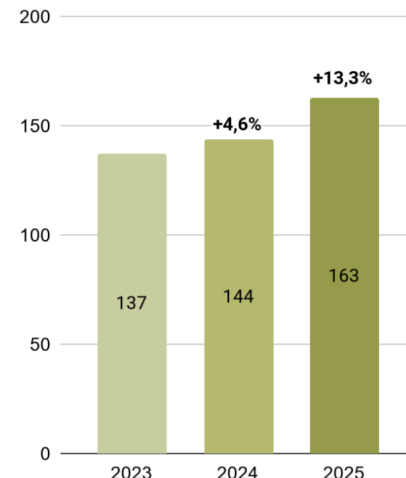
**Valeur des ventes** (en millions d'euros)



**Unités vendues** (millions)



**Volume vendu** (millions de kg)



## Catégories

En 2025, les boissons végétales et laits végétaux constituaient la plus grande catégorie d'alternatives végétales en France, représentant 45 % de la valeur des ventes végétales, suivies de la viande végétale (30 %) et du yaourt végétal (20 %).

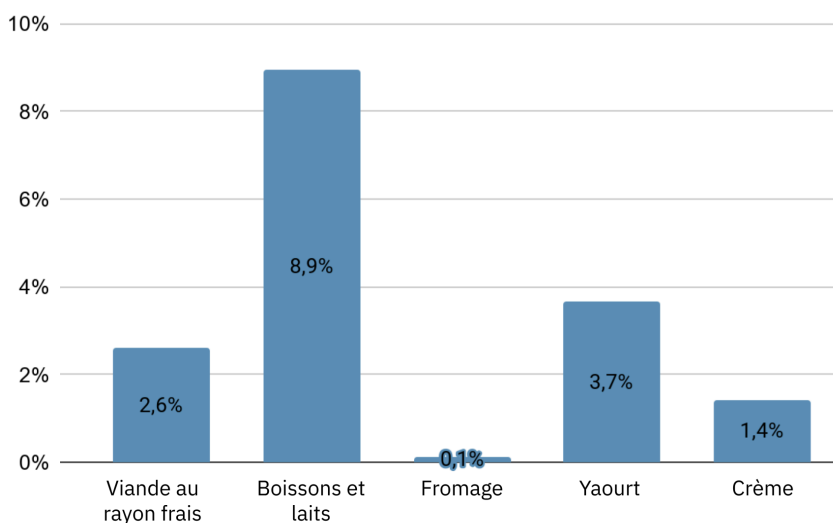
Les boissons végétales et laits végétaux étaient également la catégorie la plus établie en termes de part de marché par rapport aux équivalents d'origine animale, avec 8,9 % de la valeur des ventes et 5,5 % du volume des ventes en 2025.

En 2025, la viande végétale, le yaourt végétal et la crème végétale avaient atteint des niveaux de part de marché modestes, mais stables ou en progression.

Le fromage végétal est la plus petite catégorie d'alternatives végétales couverte dans ce rapport. Sa part de marché est la plus faible, à seulement 0,1 % de la valeur et du volume des ventes par rapport au fromage laitier.

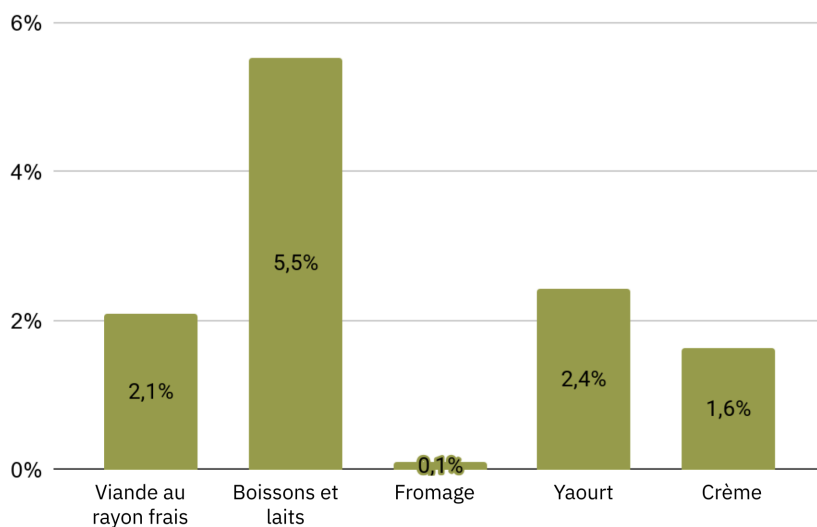
### Alternatives végétales : part des ventes globales d'aliments préemballés (d'origines végétale et animale) en France pour chaque catégorie, 2025

(% de valeur des ventes)



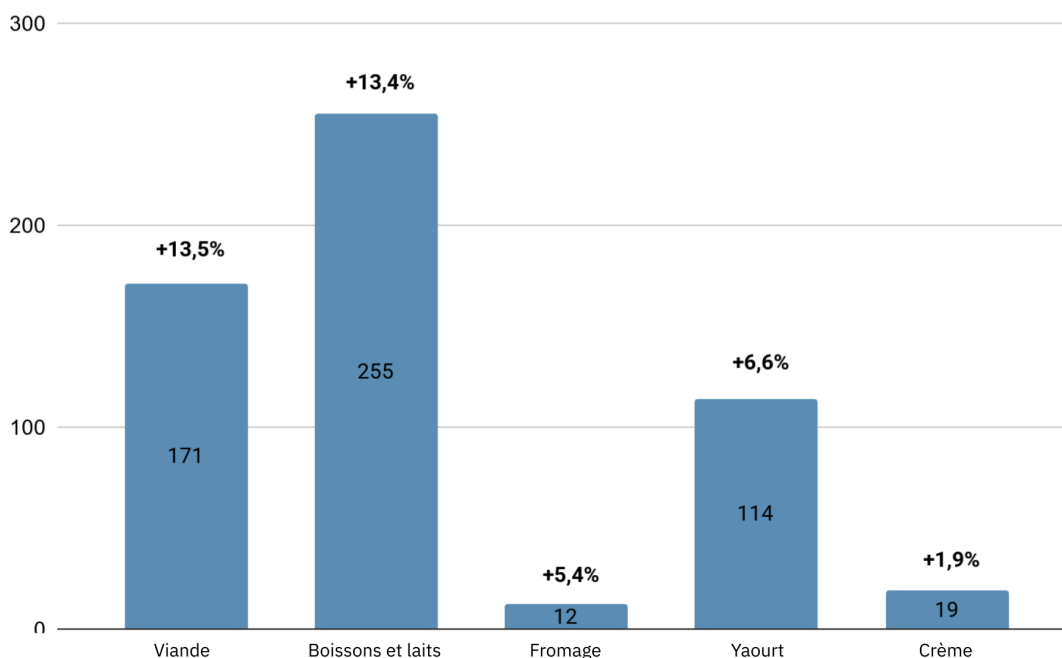
### Alternatives végétales : part des ventes globales d'aliments préemballés (d'origines végétale et animale) en France pour chaque catégorie, 2025

(% du volume des ventes)



Toutes les catégories d'alternatives végétales couvertes dans ce rapport ont progressé en valeur des ventes, en ventes unitaires et en volume des ventes en 2024 et en 2025. Les catégories ayant connu la croissance de valeur des ventes la plus rapide en 2025 étaient la viande au rayon frais (+13,5 %) et les boissons et laits (+13,4 %).

### Valeur des ventes et taux de croissance des alternatives végétales par catégorie en France, 2025 (en millions d'euros)



\*Les pourcentages indiqués au-dessus de chaque colonne représentent l'évolution de la valeur des ventes de cette catégorie entre 2024 et 2025.

## Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur

Les produits de marque de distributeur, c'est-à-dire ceux vendus par un détaillant sous sa propre marque, ont connu une croissance du volume des ventes plus rapide en 2024 (+9,4 %) que les produits de marque (+1,2 %). En 2025, en revanche, les produits de marque (+13,3 %) et les produits de marque de distributeur (+13,2 %) ont progressé à des rythmes similaires.

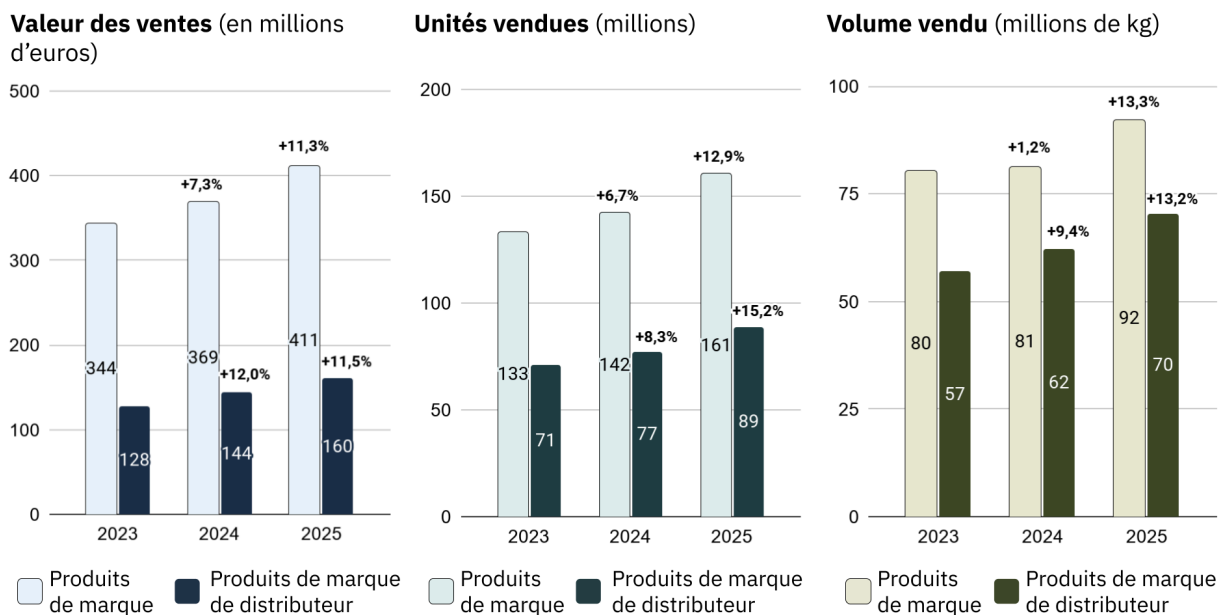
Cette tendance suggère que l'accessibilité tarifaire a peut-être joué un rôle moins déterminant sur les ventes en 2025, ce qui pourrait s'expliquer par le recul de [l'inflation](#) dans le secteur alimentaire français depuis son pic début 2023.

Les produits de marque de distributeur sont généralement moins chers au kg que leurs équivalents de marque, avec un avantage tarifaire particulièrement marqué dans la catégorie de la crème végétale (38 % moins cher au kg que les options de marque en 2025). Le fromage végétal constitue ici la seule exception : en 2025, les produits de marque de distributeur y étaient légèrement plus chers au kg que les produits de marque.

### Ventes et taux de croissance des alternatives végétales pour cinq catégories de produits en France, comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur, 2023-2025

	Valeur des ventes			Ventes unitaires			Volume des ventes		
	2025 (millions d'euros)	Variation 2024-25	Variation 2023-25	2025, (millions d'unités)	Variation 2024-25	Variation 2023-25	2025, (millions de kg)	Variation 2024-25	Variation 2023-25
Produits de marque	411	11,3%	19,5%	161	12,9%	20,4%	92	13,3%	14,7%
Produits de marque de distributeur	160	11,5%	25,0%	89	15,2%	24,7%	70	13,2%	23,8%

### Ventes d'alternatives végétales pour les cinq catégories en France, produits de marque vs produits de marque de distributeur, 2023-2025



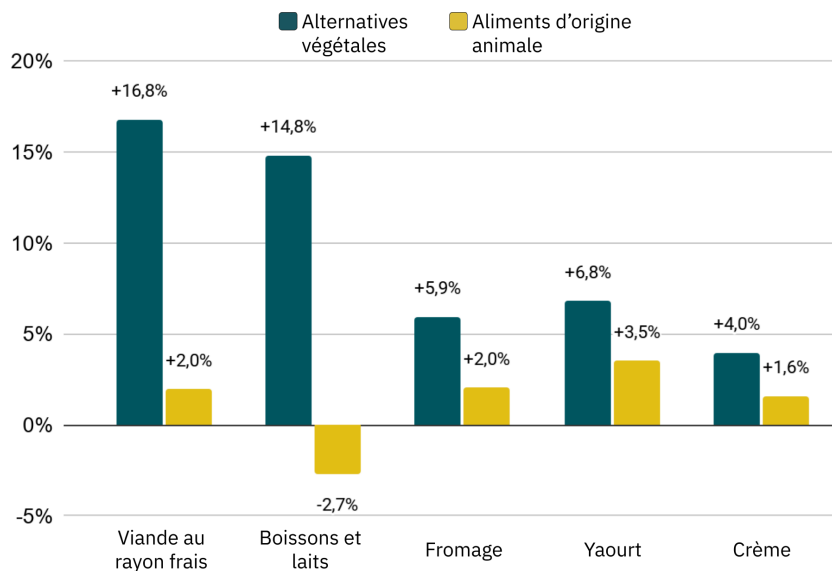
## Comparaison avec les aliments d'origine animale

En 2025, les alternatives végétales ont connu une croissance du volume des ventes en pourcentage supérieure à celle de leurs équivalents d'origine animale dans les cinq catégories, bien que les produits végétaux soient partis d'une base plus faible en raison de leur taille de marché relativement modeste.

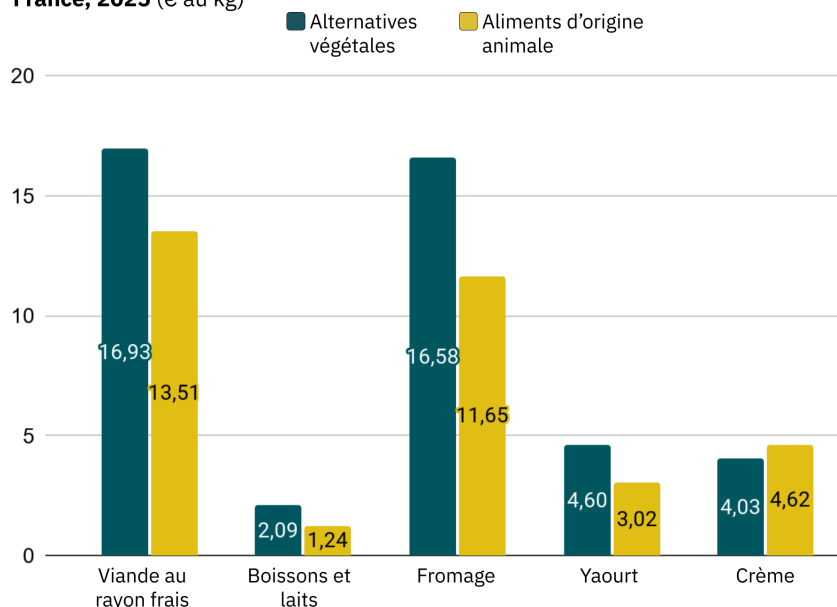
Le volume des ventes de boissons et laits d'origine animale a reculé de 2,7 % en 2025, tandis que toutes les autres catégories d'origine animale ont progressé.

En 2025, les alternatives végétales étaient plus chères au kg que leurs équivalents d'origine animale dans quatre catégories. La seule exception est la crème végétale, qui était 13 % moins chère que la crème d'origine animale en 2025.

**Variation du volume des ventes d'aliments préemballés d'origine végétale et d'origine animale en France, 2024-2025 (%)**



**Prix moyen par kg d'alternatives végétales ou d'aliments d'origine animale en France, 2025 (€ au kg)**



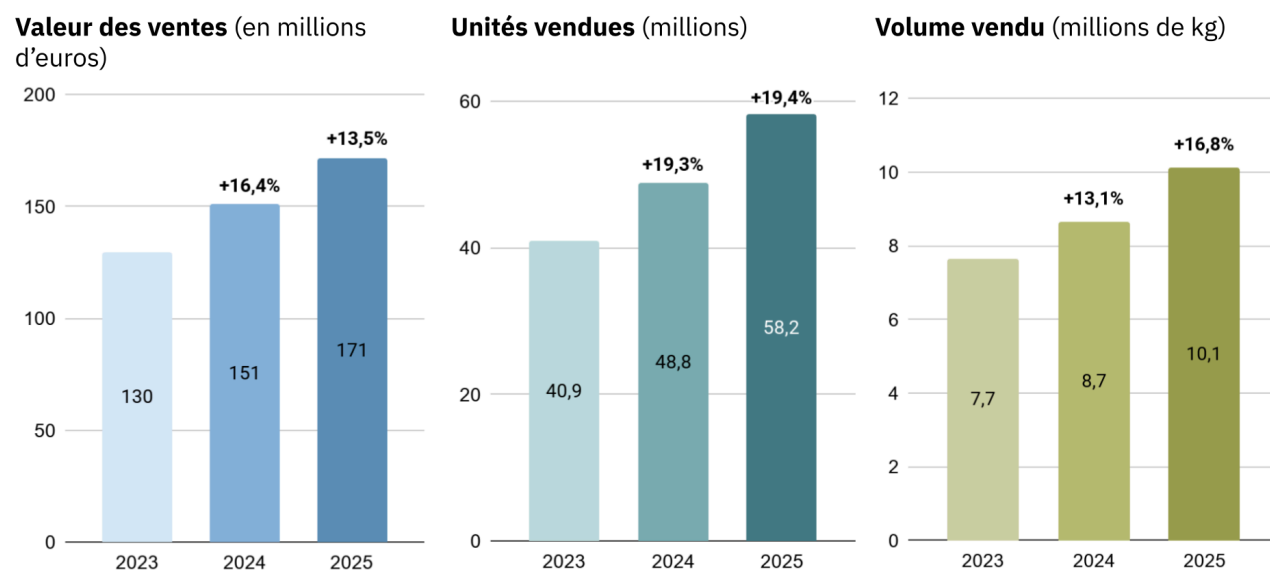
# Viande végétale

## Marché total

En France, la demande de viande végétale<sup>1</sup> est en forte croissance.

En 2025, la valeur annuelle des ventes a atteint 171 millions d'euros, soit une hausse de 13,5 % par rapport à 2024 et de 32,1 % par rapport à 2023. Les ventes unitaires ont atteint 58,2 millions en 2025, soit 19,4 % de plus qu'en 2024 et 42,5 % de plus qu'en 2023. Le volume des ventes a progressé de 16,8 % pour atteindre 10,1 millions de kg en 2025, soit 32,1 % de plus qu'en 2023.

## Ventes de viande végétale au rayon frais en France, 2023-2025

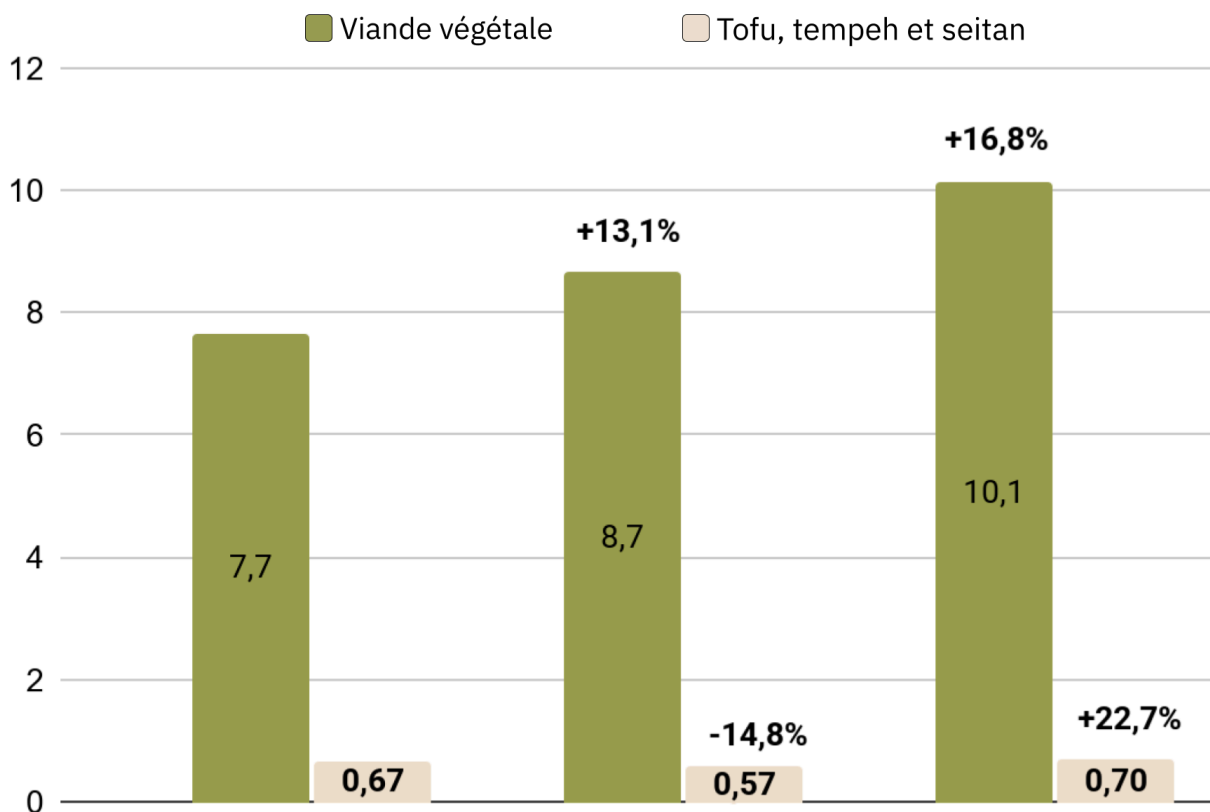


<sup>1</sup> Ces données portent uniquement sur les produits disponibles au rayon frais, car les données relatives aux produits surgelés n'étaient pas disponibles. Les données Circana relatives à la viande végétale au rayon frais en France couvrent des produits proposés dans une gamme de formats courants de produits carnés, notamment les saucisses, les steaks, les lardons et les tranches. Elles incluent à la fois les produits qui imitent directement le goût et la texture de la viande, et ceux qui adoptent des formats « carnés » sans pour autant constituer des substituts directs à la viande, comme les steaks aux haricots. Le tofu, le tempeh et le seitan ne sont pas comptabilisés comme viande végétale et font dans ce rapport l'objet d'un chapitre distinct intitulé « Focus sur le tofu, le tempeh et le seitan ».

La catégorie « viande végétale » n'inclut pas le tofu, le tempeh ni le seitan, car ces produits ne sont généralement pas positionnés comme des substituts directs à la viande sur le marché français. À titre de comparaison, la valeur des ventes combinées de ces trois produits a augmenté de 20,9 % en 2025, après une baisse de 3,1 % en 2024. Des informations complémentaires sont présentées dans le chapitre « Focus sur le tofu, le tempeh et le seitan ».

En 2025, le volume des ventes de viande végétale était 14,5 fois supérieur au volume combiné des ventes de tofu, de tempeh et de seitan. Et ce, malgré un prix de 16,93 €/kg pour la viande végétale, contre 11,46 €/kg pour le tofu, le tempeh et le seitan en 2025. Cela indique que les produits dans des formats traditionnellement associés à la viande, tels que les boulettes, les burgers et les saucisses, sont le premier choix des consommatrices et consommateurs français.

### Viande végétale comparée au tofu, au tempeh et au seitan en France, 2023-2025 (volume des ventes, en millions de kg)



## Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur

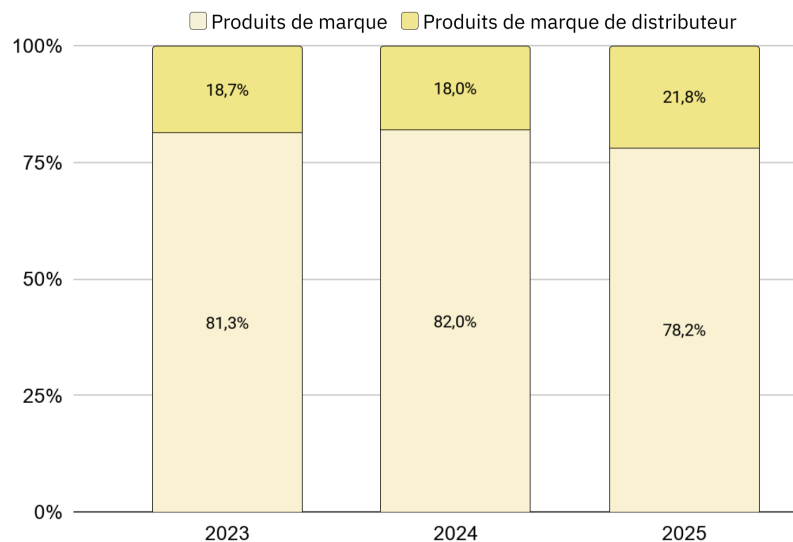
Les produits de marque représentent la majorité du marché de la viande végétale, peut-être parce que cette catégorie est encore jeune en France.

Toutefois, les produits de marque de distributeur ont progressé en 2025, représentant 21,8 % du volume des ventes, contre 18,0 % en 2024.

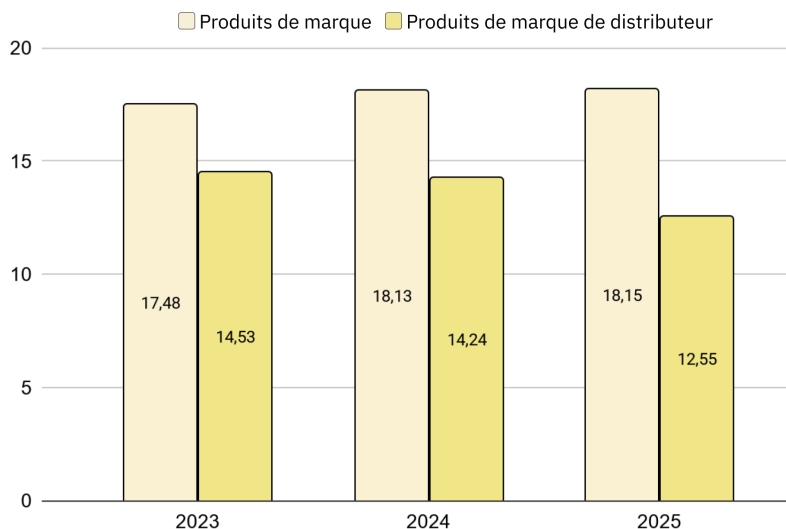
En volume absolu, les produits de marque ont progressé de 11 % en 2025 et les produits de marque de distributeur de 41 %.

Les produits de marque de distributeur sont devenus plus abordables que les produits de marque au fil du temps : ils étaient 17 % moins chers au kg en 2023, et 31 % moins chers en 2025.

**Ventes de viande végétale au rayon frais en France, par produits de marque ou produits de marque de distributeur, 2023-2025 (% du volume des ventes)**



**Prix moyen au kg de la viande végétale au rayon frais en France, par produits de marque ou produits de marque de distributeur, 2023-2025 (€/kg)**



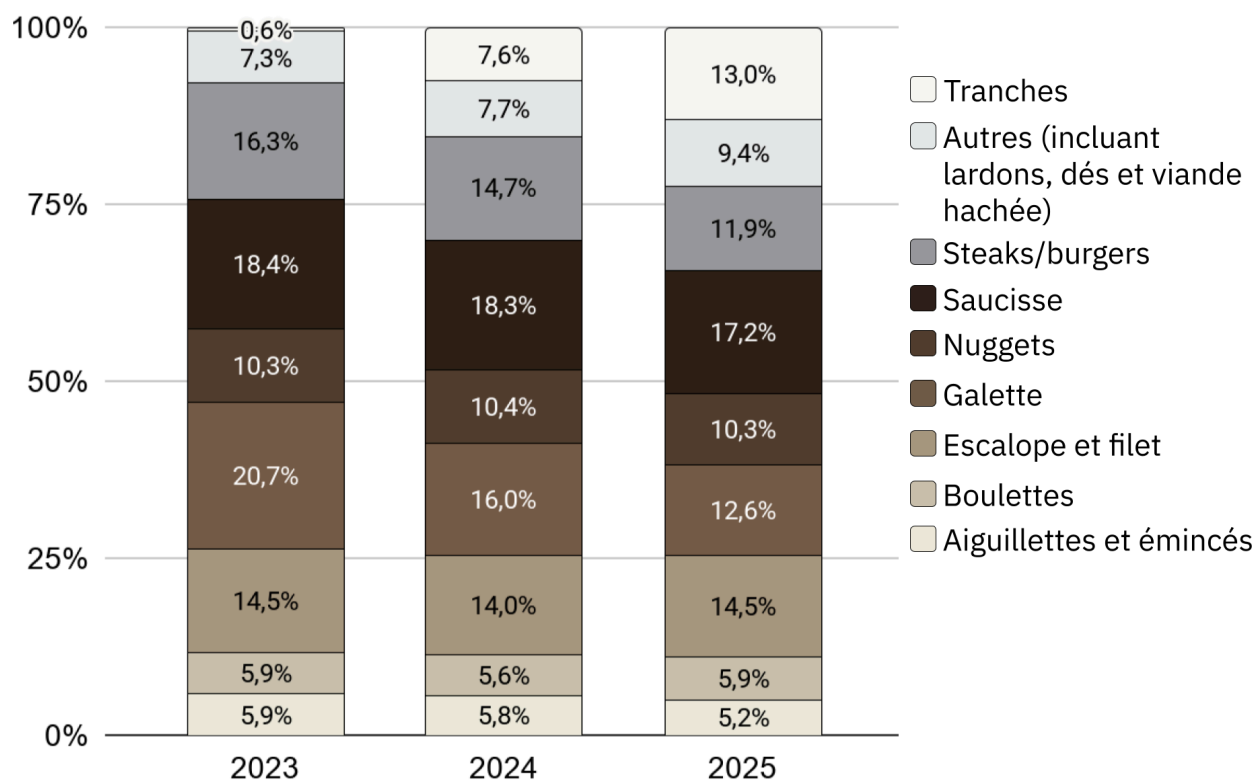
## Répartition par format de produit

Le marché français propose une large gamme de formats de viande végétale. Les saucisses (17,2 % du volume des ventes en 2025), les escalopes et filets (14,5 %) et les tranches (13,0 %) arrivent en tête.

Les tranches ont connu une croissance rapide, passant de moins de 1 % du volume des ventes en 2023 à 13 % en 2025. Les galettes, quant à elles, sont passées de 20,7 % du volume des ventes en 2023 à 12,6 % en 2025.

### Ventes de viande végétale au rayon frais en France, par type, 2023-2025

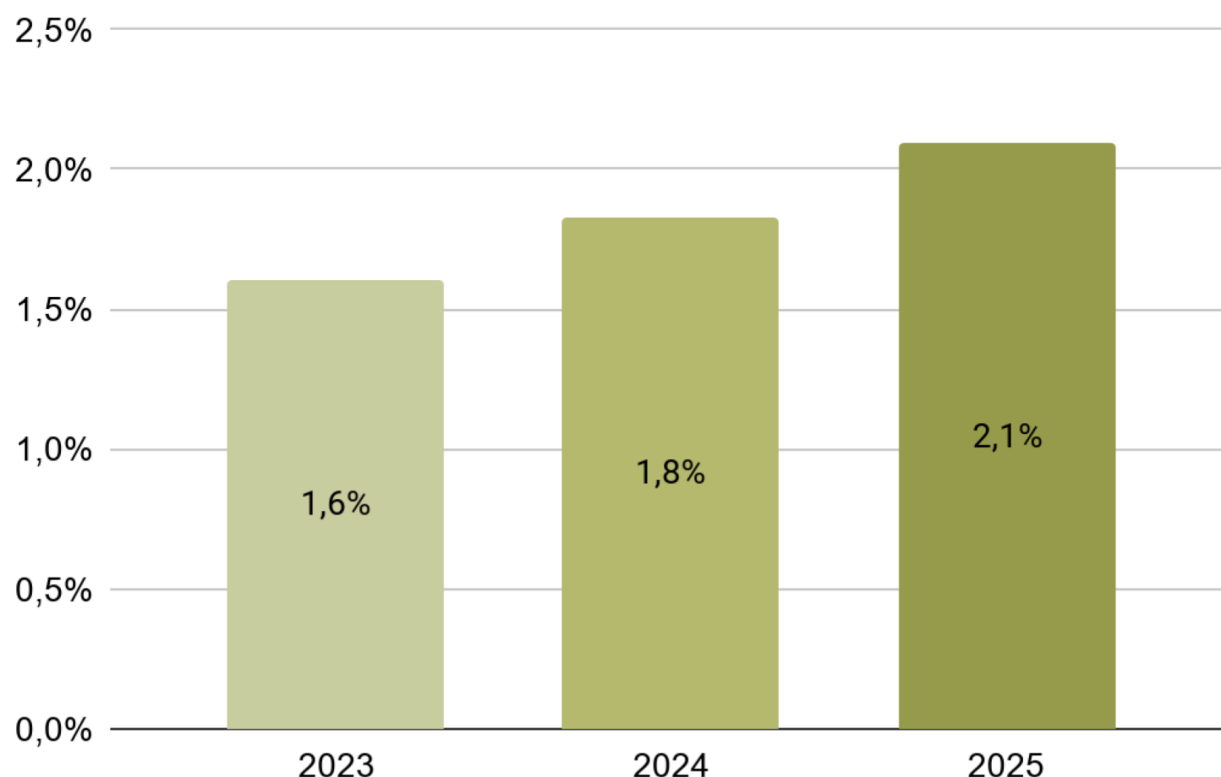
(% du volume des ventes)



## Part de marché

La part de marché de la viande végétale, en pourcentage du volume total des ventes de produits carnés préemballés au rayon frais d'origine végétale et animale, est passée de 1,6 % en 2023 à 2,1 % en 2025. Cette évolution confirme le statut de la viande végétale comme catégorie émergente, mais qui reste encore niche. Le volume des ventes de viande d'origine animale au rayon frais est resté globalement stable sur cette période.

### Viande végétale : part de marché de la viande pré-emballée au rayon frais (végétale et d'origine animale) en France, 2023-2025 (% du volume des ventes)

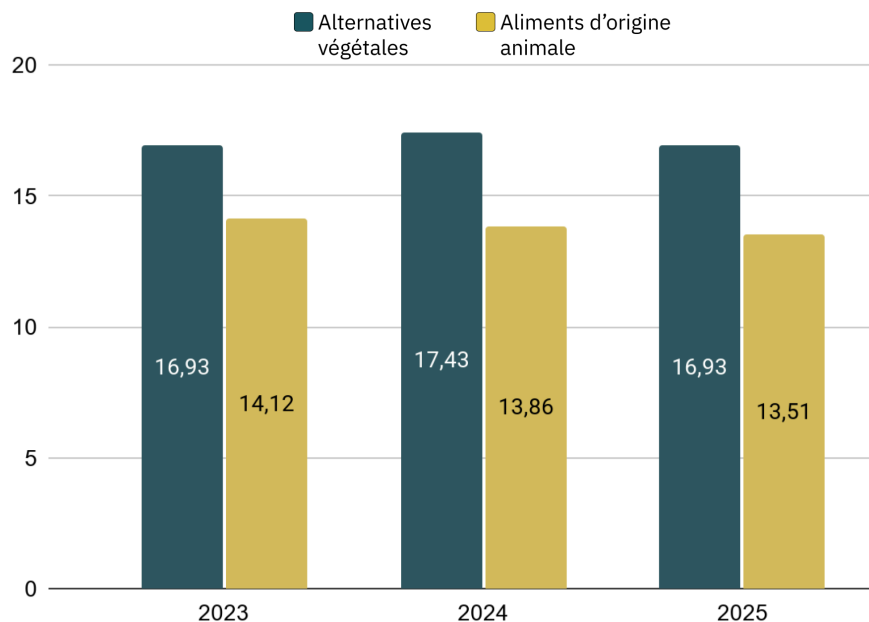


## Évolution des prix par rapport aux équivalents d'origine animale

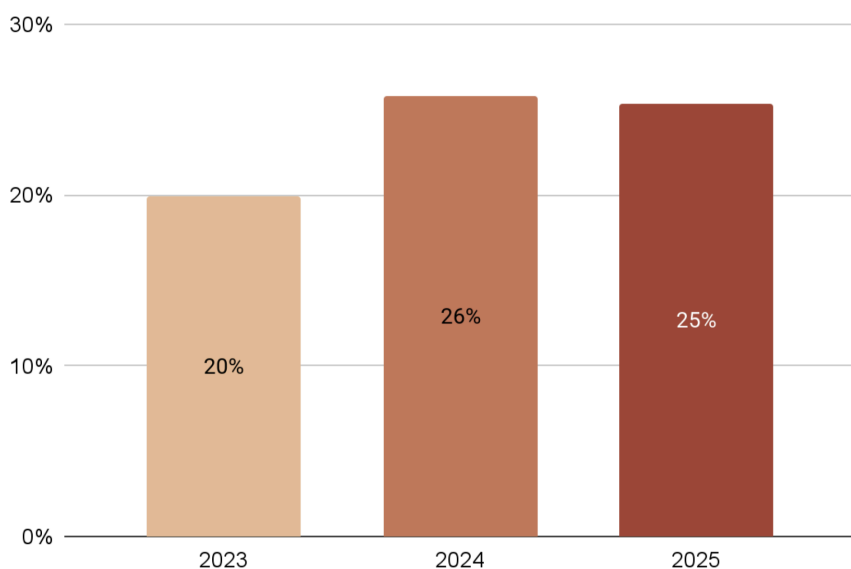
La différence de prix de la viande végétale par rapport à la viande d'origine animale est passée de 20 % au kg en 2023 à 25 % en 2025, principalement sous l'effet de la baisse du prix de la viande d'origine animale.

Le prix moyen au kg de la viande végétale a augmenté en 2024, avant de revenir à son niveau de 2023 en 2025.

Prix moyen au kg de la viande végétale et d'origine animale au rayon frais en France, 2023-2025 (€/kg)



Différence de prix entre la viande végétale au rayon frais et la viande d'origine animale au rayon frais en France, 2023-2025 (% de différence en €/kg)



# Focus sur le tofu, le tempeh et le seitan

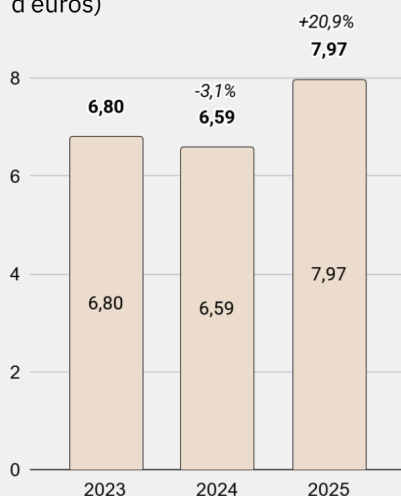
## Marché total

Le tofu, le tempeh et le seitan<sup>2</sup> ne sont pas classés comme viande végétale dans ce rapport. En effet, sur le marché français, ces produits ne sont généralement pas positionnés comme des substituts directs visant à reproduire le goût ou la texture de la viande, à la différence de la nouvelle vague de viandes végétales innovantes qui a gagné en popularité au cours de la dernière décennie. Ils constituent néanmoins une étude de cas intéressante, à comparer aux tendances de ventes des viandes végétales cherchant à reproduire le goût ou le format de la viande.

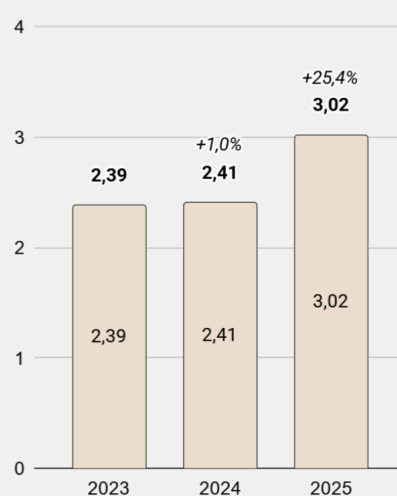
La valeur annuelle combinée des ventes de tofu, tempeh et seitan<sup>3</sup> a augmenté de 20,9 % pour atteindre 7,97 millions d'euros en 2025, après une baisse de 3,1 % en 2024. Les ventes unitaires ont progressé de 25,4 % pour atteindre 3,02 millions en 2025, après être restées stables en 2024. Le volume des ventes a progressé de 22,7 % pour atteindre 696 000 kg en 2025, après une baisse de 14,8 % en 2024.

## Ventes de tofu, seitan et tempeh en France, 2023-2025

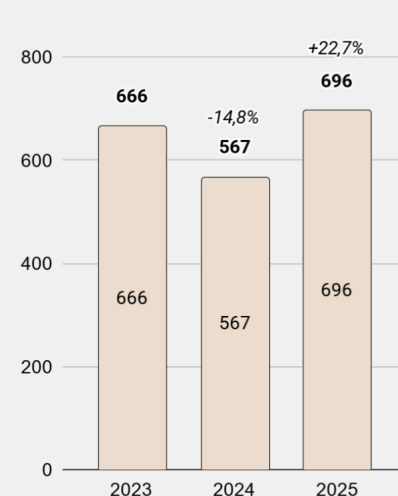
**Valeur des ventes** (en millions d'euros)



**Unités vendues** (millions)



**Volume vendu** (milliers de kg)



<sup>2</sup> Le tofu est un produit originaire de Chine, dont l'histoire remonte à plus de 2 000 ans. Il est fabriqué à partir de lait de soja caillé. Le tempeh est un produit traditionnel indonésien à base de graines de soja fermentées. Le seitan, fabriqué à partir de gluten de blé, est historiquement utilisé dans diverses cuisines asiatiques.

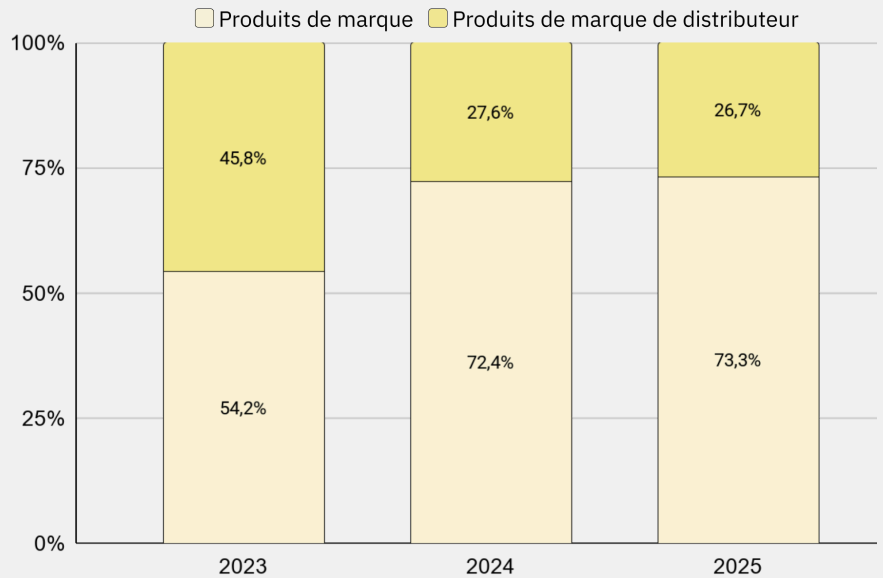
<sup>3</sup> Les graphiques ci-dessous présentent des valeurs agrégées, le tofu représentant plus de 99 % de la valeur totale.

Si les taux de croissance du tofu, du tempeh et du seitan ont dépassé ceux de la viande végétale en 2025, ils partaient d'une base de volume bien inférieure. En volume, les consommatrices et consommateurs français ont acheté 14,5 fois plus de viande végétale que ces catégories combinées en 2025.

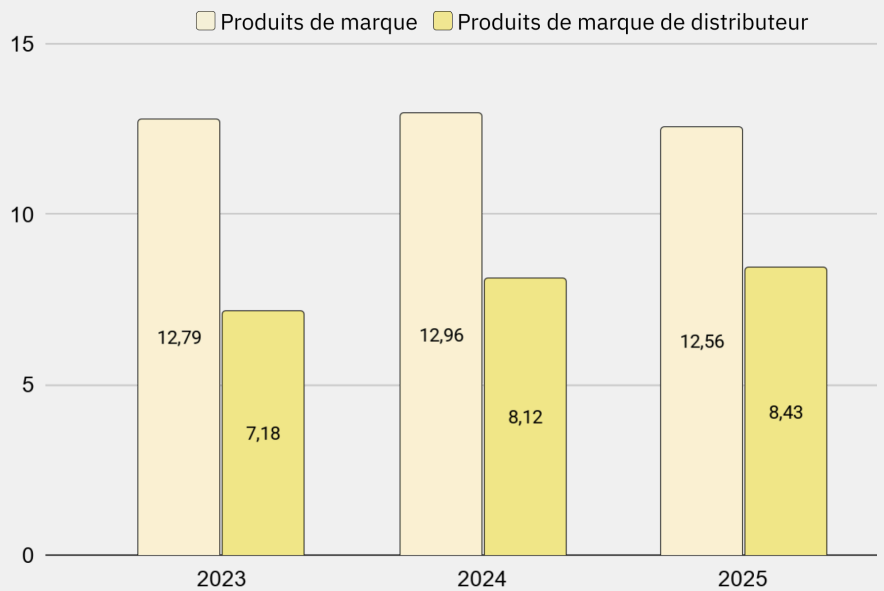
### Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur

La part de marché des produits de marque de distributeur est passée de 45,8 % du volume combiné des ventes de tofu, tempeh et seitan en 2023 à 26,7 % en 2025, malgré un prix moyen 33 % inférieur au kg pour les produits de marque de distributeur en 2025.

**Ventes de tofu, de tempeh et de seitan par produits de marque ou produits de marque de distributeur en France, 2023-2025 (% du volume des ventes)**



**Prix moyen par kg de tofu, de tempeh et de seitan en France, par produits de marque ou produits de marque de distributeur, 2023-2025 (€/kg)**



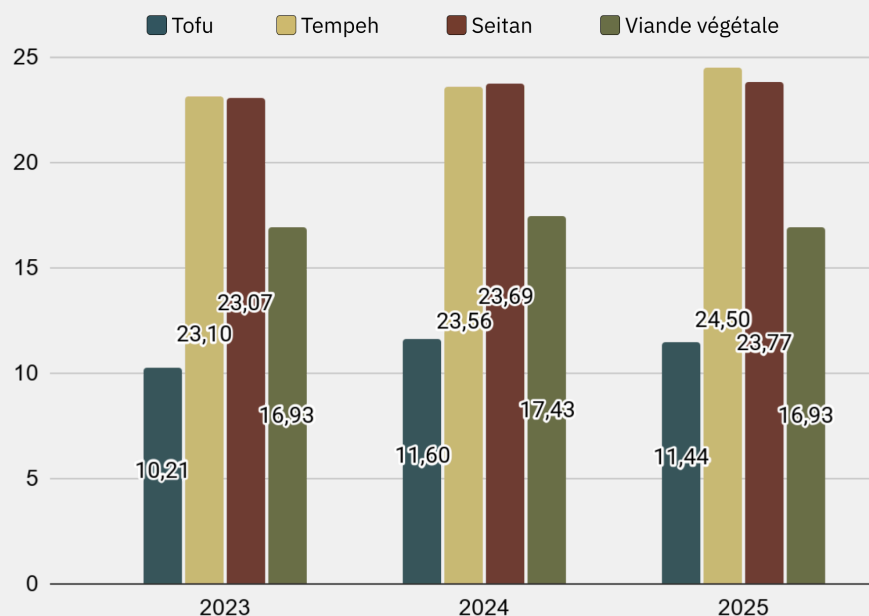
## Évolution des prix

Le tofu était le produit le moins cher de cette catégorie. À 11,44 €/kg en 2025, il était 32 % moins cher que la viande végétale.

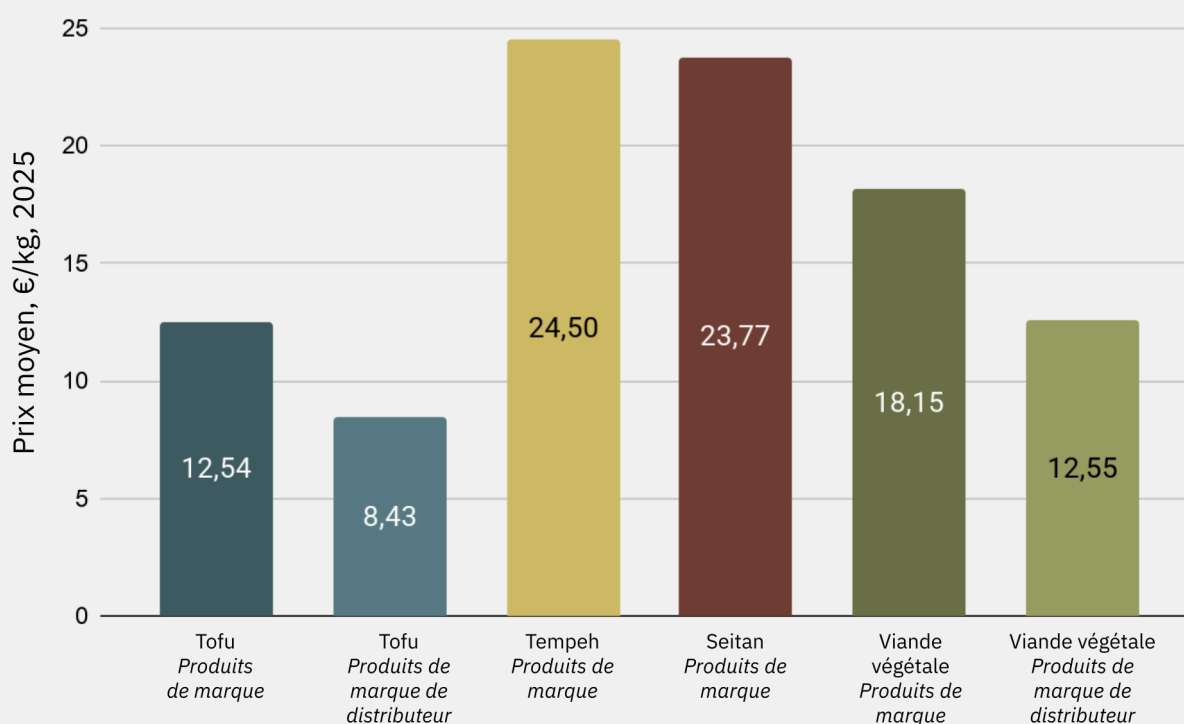
Le tofu en marque de distributeur était encore moins cher, à 8,43 €/kg en 2025.

Le tempeh et le seitan étaient tous deux considérablement plus chers que le tofu et la viande végétale, mais leur taille de marché était sans commune mesure.

**Prix moyen au kg pour le tofu, le tempeh, le seitan et la viande végétale en France, 2023-2025 (€/kg)**



**Prix moyen au kg des segments tofu, tempeh, seitan et viande végétale en France, par produits de marque ou produits de marque de distributeur, 2025 (€/kg)**



# Boissons végétales et laits végétaux

## Marché total

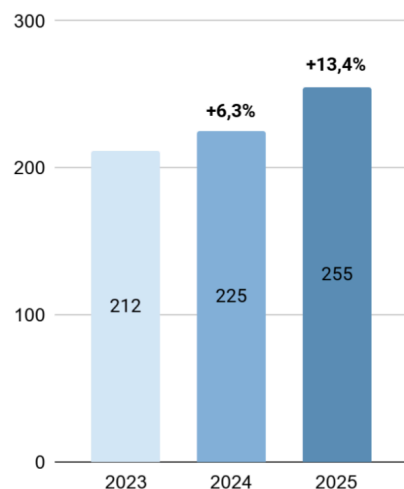
La demande en boissons végétales et laits végétaux s'est intensifiée en France.

La valeur annuelle des ventes a atteint 255 millions d'euros en 2025, en hausse de 13,4 % par rapport à 2024 et de 20,6 % par rapport à 2023. Les ventes unitaires ont progressé de 15,4 % pour atteindre 122 millions d'unités en 2025, soit une hausse de 21,0 % par rapport à 2023. Le volume des ventes a atteint 122 millions de kg en 2025, en hausse de 14,8 % par rapport à 2024 et de 19,7 % par rapport à 2023.

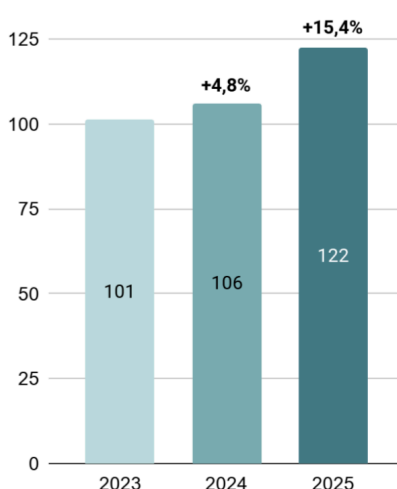
Le taux de croissance annuel a augmenté en termes de valeur, de ventes unitaires et de volume des ventes en 2025. Cette hausse, malgré un prix des boissons végétales et laits végétaux resté globalement stable et une prime de prix par rapport au lait d'origine animale n'ayant que légèrement diminué, révèle une demande solide et croissante.

## Ventes de boissons végétales et laits végétaux en France, 2023-2025

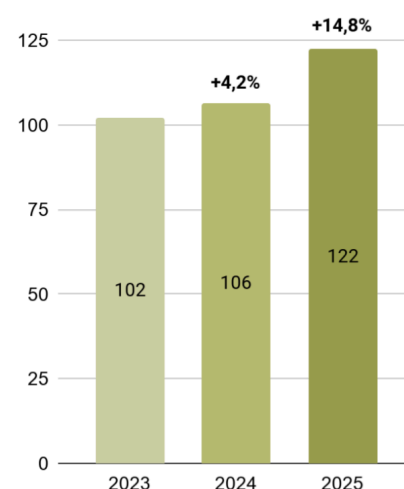
**Valeur des ventes** (en millions d'euros)



**Unités vendues** (millions)



**Volume vendu** (millions de kg)

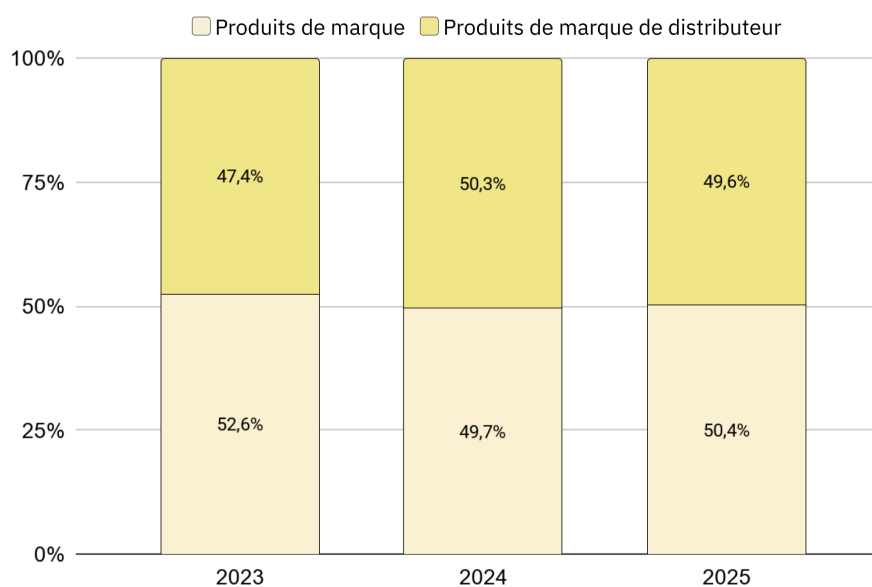


## Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur

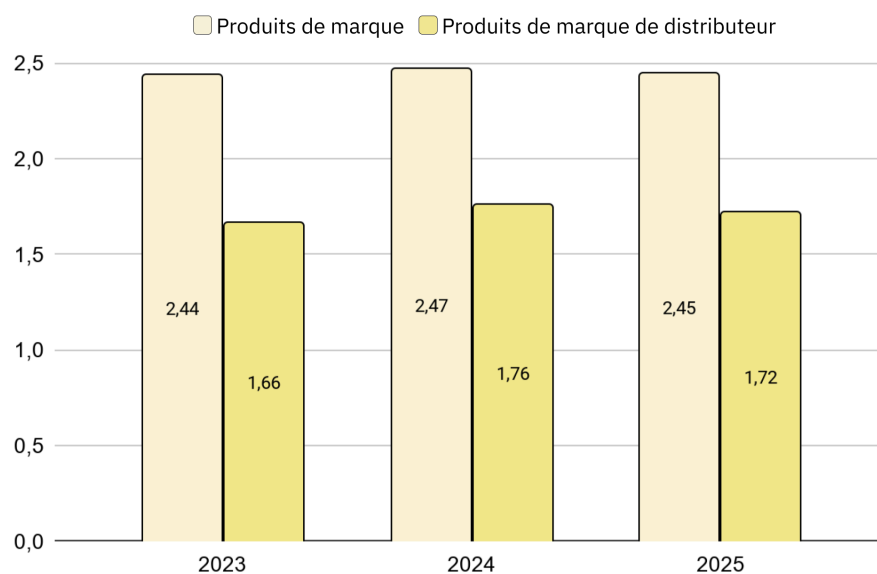
Les produits de marque de distributeur ont représenté environ la moitié du volume des ventes de manière constante entre 2023 et 2025.

En 2025, les produits de marque de distributeur étaient en moyenne 30 % moins chers au litre que les produits de marque.

**Ventes de laits végétaux et boissons végétales en France, par produits de marque et produits de marque de distributeur (% du volume des ventes)**



**Prix moyen au kg du lait végétal et des boissons végétales en France, par produits de marque et produits de marque de distributeur, 2023-2025 (€/kg)**



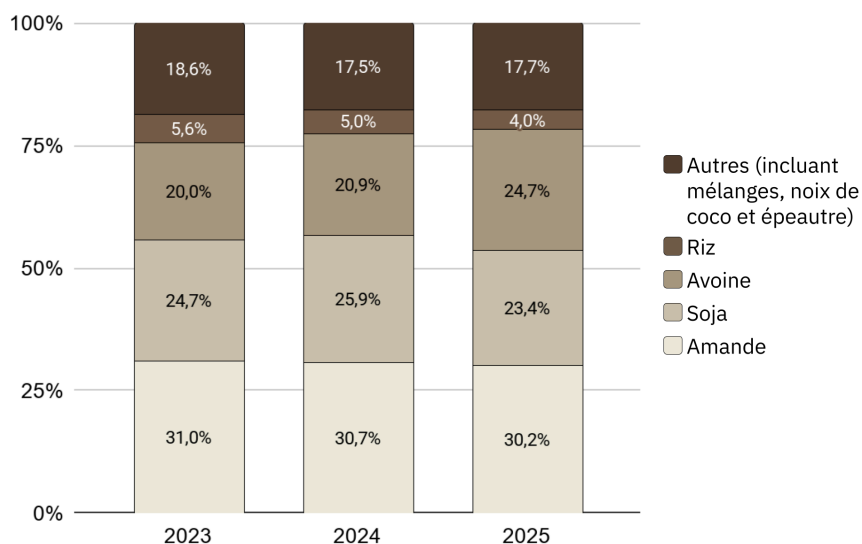
## Répartition par format de produit

La France propose une offre diversifiée de boissons végétales et laits végétaux, dominée en 2025 par l'amande (30,2 % du volume des ventes), l'avoine (24,7 %) et le soja (23,4 %).

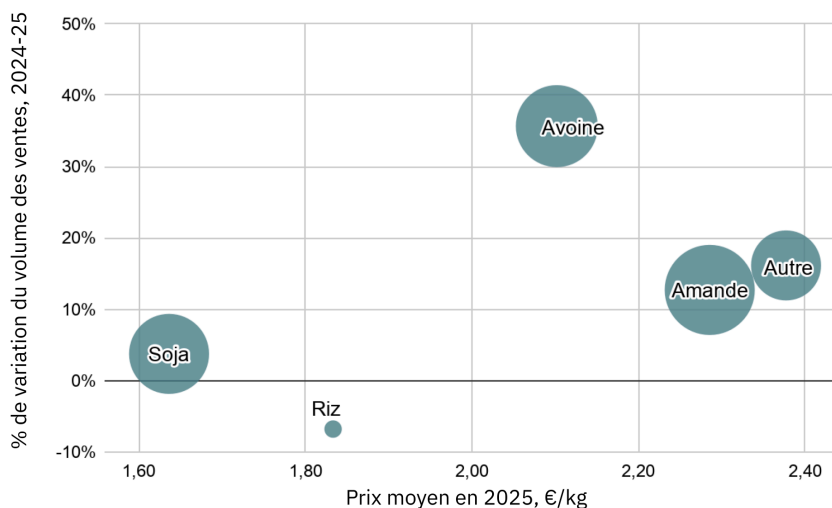
La plus forte croissance en 2025 concernait les boissons et laits à base d'avoine, dont le volume des ventes a augmenté de 36 %.

En 2025, les segments au prix le plus élevé au litre affichaient généralement une croissance du volume des ventes plus forte, bien que l'avoine, à 2,10 €/kg, ait un prix intermédiaire et la croissance la plus marquée. Cette tendance suggère que l'accessibilité tarifaire n'était pas le principal moteur de croissance en 2025.

**Ventes de boissons végétales et laits végétaux en France selon l'ingrédient de base, 2023-2025 (% du volume des ventes)**



**Évolution du prix moyen par rapport à la variation des volumes de ventes des laits végétaux par ingrédient de base\*, en France**



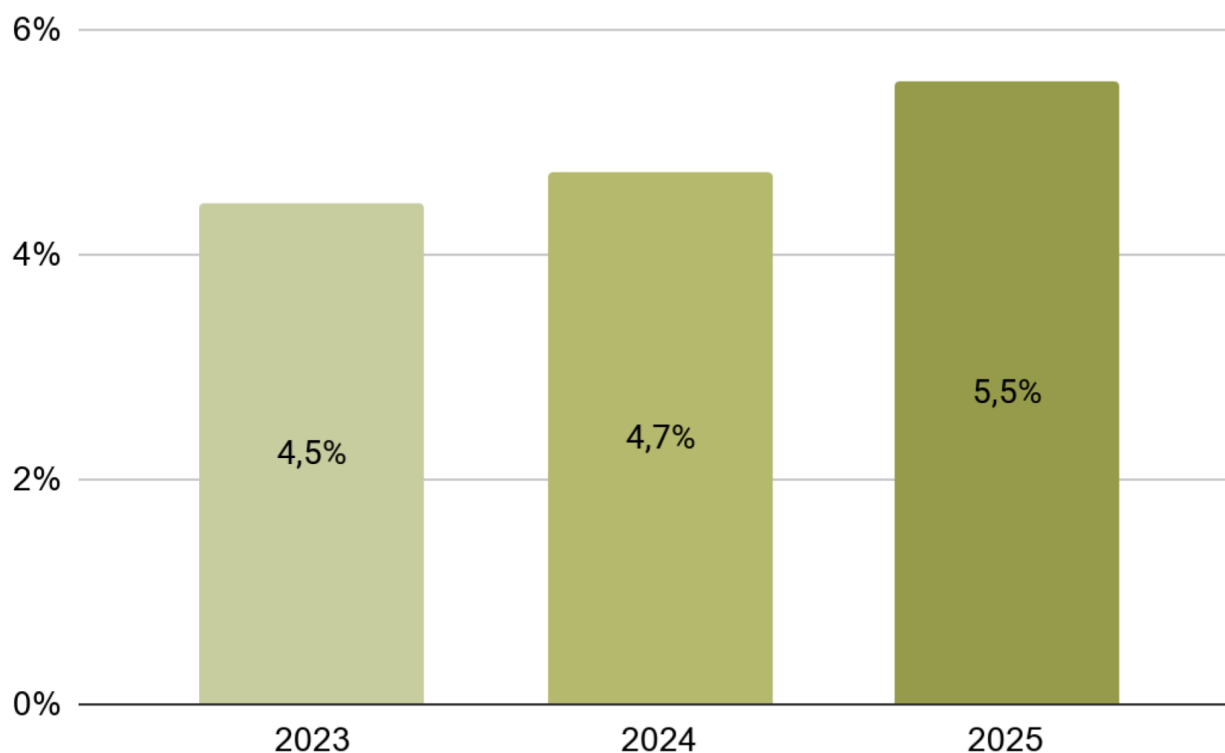
\*La taille des bulles représente le volume des ventes en 2025.

## Part de marché

La part de marché des boissons végétales et laits végétaux, en pourcentage du volume total des ventes de boissons végétales et laits végétaux et de lait d'origine animale,<sup>4</sup> est passée de 4,5 % en 2023 à 5,5 % en 2025. Cette progression s'explique à la fois par la hausse des ventes de produits végétaux et par la baisse des ventes de lait d'origine animale (en recul de 5 % entre 2023 et 2025).

### **Boissons végétales et laits végétaux : part du marché français total des laits et boissons lactées (végétaux et d'origine animale), 2023-2025**

(% du volume des ventes)



<sup>4</sup> Le lait d'origine animale inclut ici le lait frais et le lait longue conservation, mais ne comprend pas le lait en poudre et le lait infantile. Il est mesuré en litres.

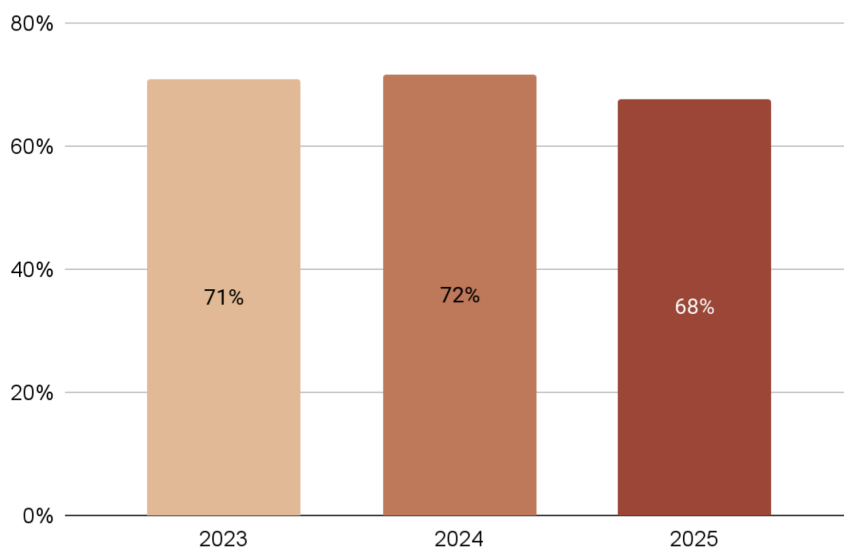
## Évolution des prix par rapport aux équivalents d'origine animale

Le prix des boissons végétales et laits végétaux est resté globalement stable entre 2023 et 2025. La différence de prix par rapport au lait d'origine animale restait notable, à 68 % plus cher au litre en 2025 (contre 72 % en 2024).

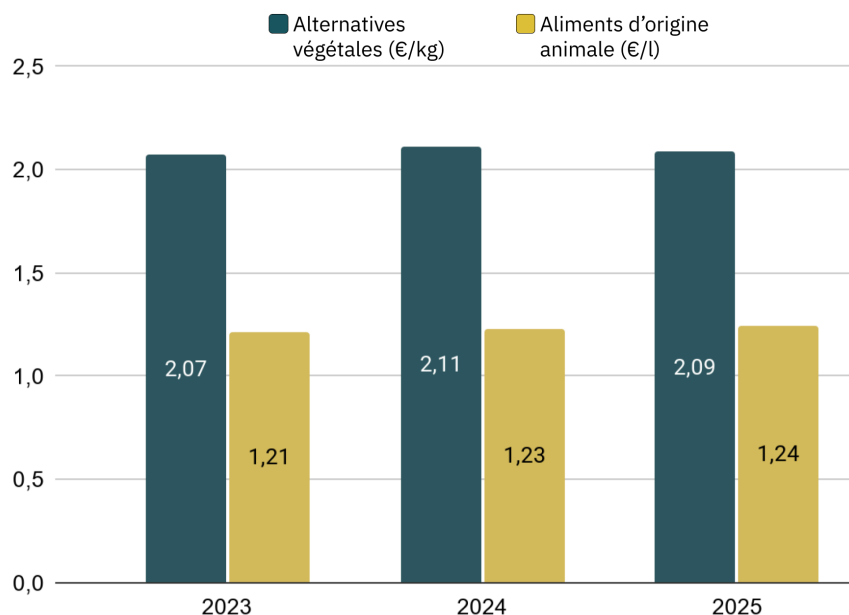
L'écart de prix était plus prononcé dans le segment des produits de marque, où les boissons végétales et laits végétaux étaient 70 % plus chers au litre que les laits d'origine animale de marque en 2025.

Les produits végétaux en marque de distributeur, quant à eux, étaient 54 % plus chers au litre que leur équivalent laitier en marque de distributeur en 2025.

**Différence de prix entre les boissons végétales et laits végétaux, et les boissons lactées et laits d'origine animale en France, 2023-2025**  
(% de différence en €/l ou €/kg)

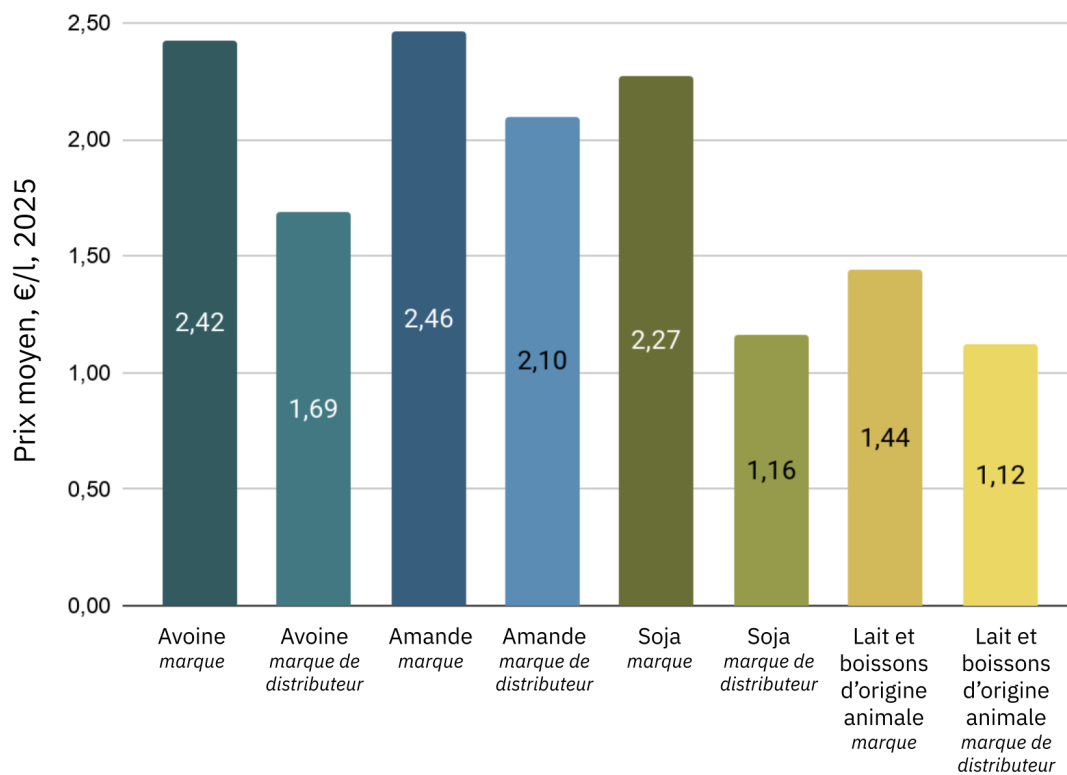


**Prix moyen par litre pour les laits et boissons lactées d'origine végétale et d'origine animale en France, 2023-2025** (€/l ou €/kg)



Le segment végétal le moins cher en 2025 était le soja en marque de distributeur, qui à 1,16 €/l n'était que 4 % plus cher que le lait d'origine animale en marque de distributeur. Malgré ce faible prix, il affichait également la croissance du volume des ventes la plus faible parmi les principaux segments végétaux, avec seulement +1,0 % en 2025 – ce qui indique que l'accessibilité tarifaire ne suffit pas à générer une forte croissance.

**Prix moyen par litre pour une sélection de laits et boissons d'origines végétale et animale en France, par produits de marque ou produits de marque de distributeur, 2025 (€/l)**



2023 - 2025

# Aperçu du marché de détail des aliments d'origine végétale en France

Viande, lait et boissons, fromage,  
yaourt et crème.



Photo: AOSTE

# Fromage végétal

## Marché total

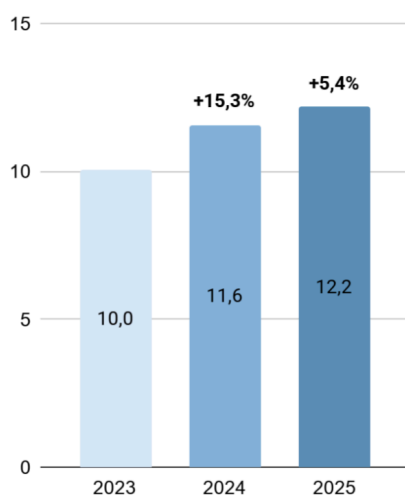
Le marché français du fromage végétal a poursuivi sa croissance en 2025, mais à un rythme moins soutenu qu'en 2024.

La valeur annuelle des ventes s'élevait à 12,2 millions d'euros en 2025, en hausse de 5,4 % par rapport à 2024 et de 21,5 % par rapport à 2023. Les ventes unitaires ont atteint 4,48 millions d'unités en 2025, soit 6,4 % de plus qu'en 2024 et 23,2 % de plus qu'en 2023. Le volume des ventes a progressé de 5,9 % pour atteindre 735 000 kg en 2025, en hausse de 21,7 % par rapport à 2023.

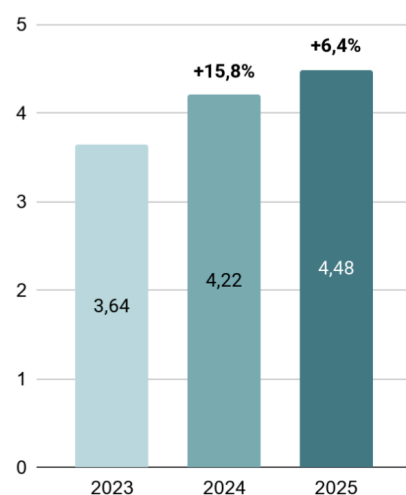
Bien que le fromage végétal ne représente encore qu'une infime proportion des ventes totales de fromage en France, ce ralentissement du taux de croissance laisse entrevoir un risque de plafonnement du marché, alors qu'il demeure une catégorie de niche. Pour atteindre le grand public, les fabricants doivent continuer à développer leurs produits afin de répondre aux attentes en matière de goût, de prix et de valeur nutritionnelle.

## Ventes de fromage végétal en France, 2023-2025

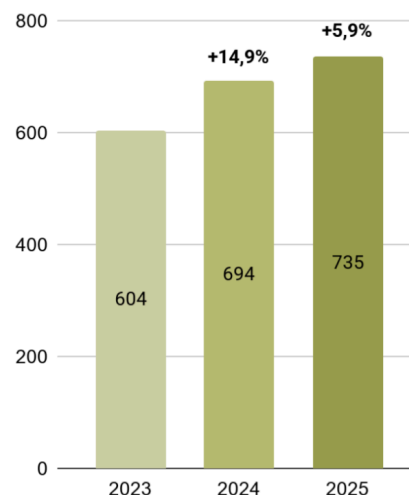
**Valeur des ventes** (en millions d'euros)



**Unités vendues** (millions)



**Volume vendu** (milliers de kg)

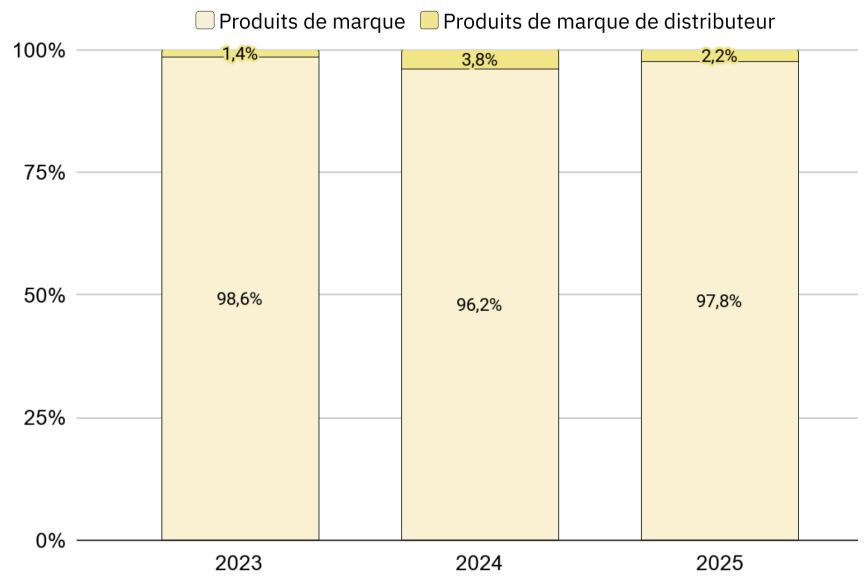


## Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur

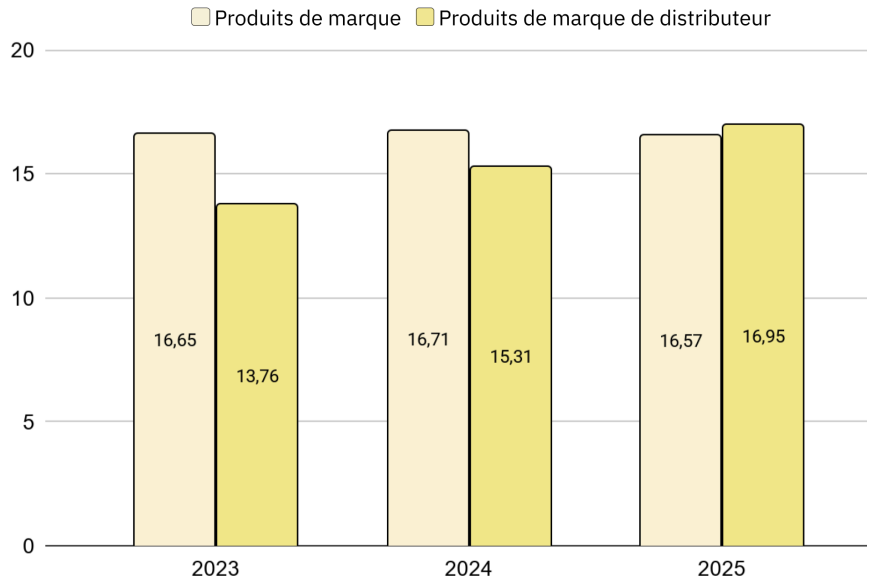
Le fromage végétal en marque de distributeur ne représentait que 2,2 % du volume des ventes en 2025.

Contrairement aux autres catégories couvertes dans ce rapport, ces produits étaient légèrement plus chers au kg que les produits de marque en 2025.

**Ventes de fromage végétal en France, par produits de marque et produits de marque de distributeur (% du volume des ventes)**



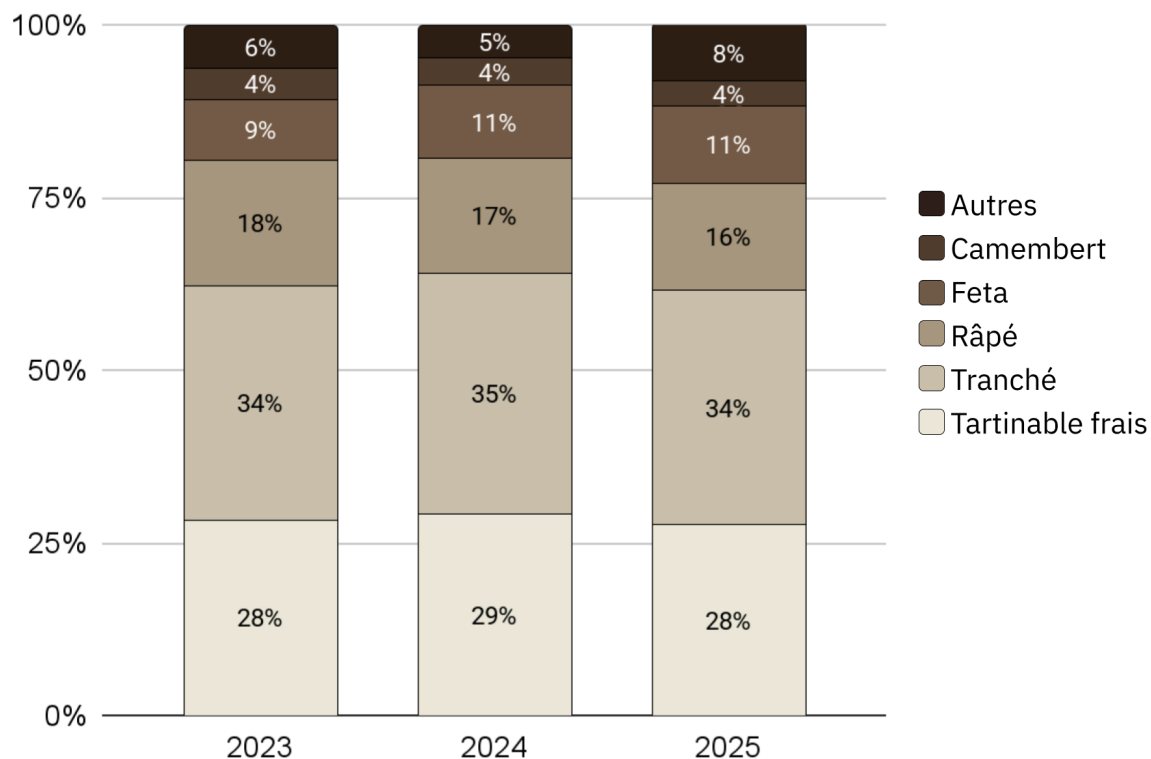
**Prix moyen au kg du fromage végétal en France, par produits de marque et produits de marque de distributeur, 2023-2025 (€/kg)**



## Répartition par format de produit

En 2025, les formats de fromage végétal les plus vendus étaient le fromage en tranches (34 % du volume des ventes), le fromage frais tartinable (28 %) et le fromage râpé (16 %).

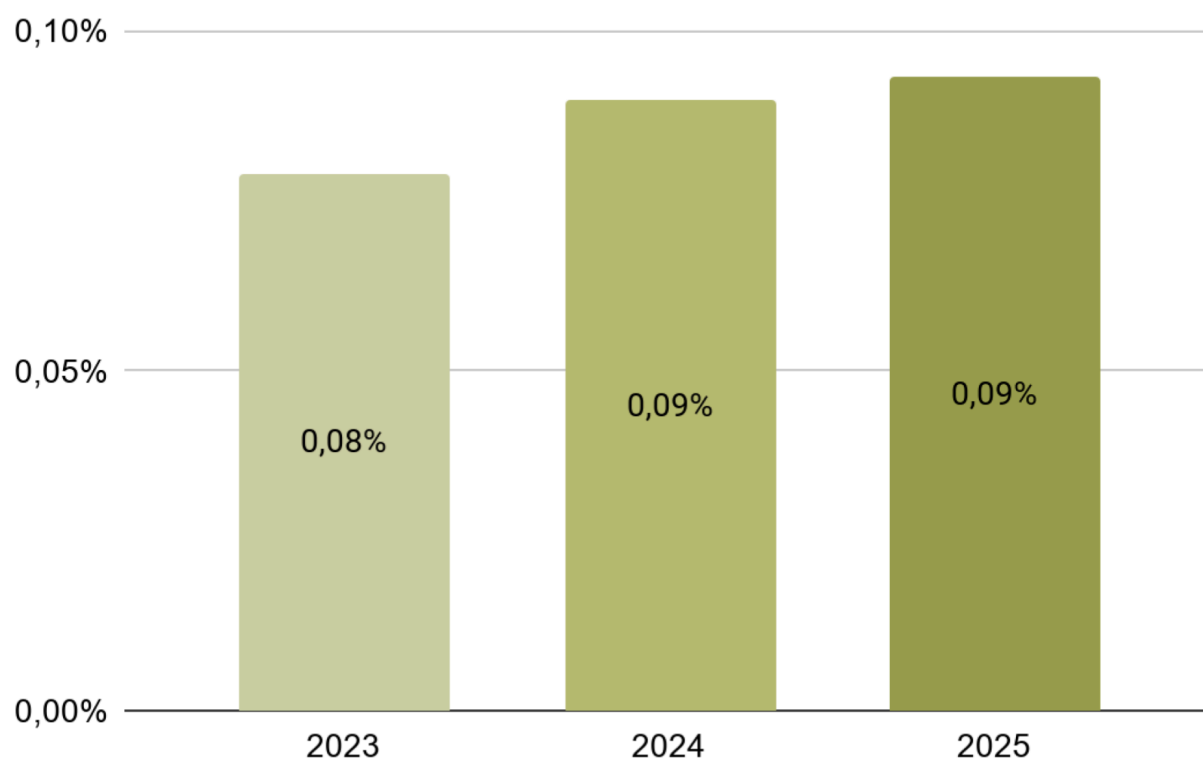
**Ventes de fromage végétal en France par type, 2023-2025**  
(% du volume des ventes)



## Part de marché

La part de marché du fromage végétal, en pourcentage du volume des ventes de l'ensemble des fromages d'origine végétale et animale, n'était que de 0,09 % en 2025. Le volume des ventes de fromage d'origine animale est resté globalement stable en 2025. La France affiche l'un des taux de consommation de fromage d'origine animale par habitant [les plus élevés au monde](#), et le fromage végétal n'est pas encore devenu une option grand public.

### Fromage végétal : part du marché français total du fromage (végétal et d'origine animale), 2023-2025 (% du volume des ventes)



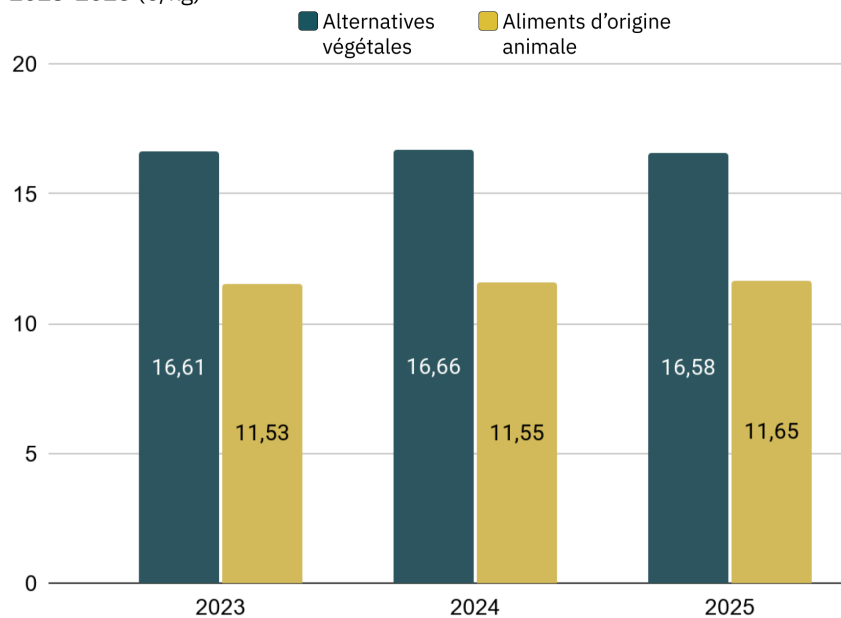
## Évolution des prix par rapport aux équivalents d'origine animale

En 2025, le fromage végétal était 42 % plus cher au kg que le fromage d'origine animale, en légère baisse par rapport aux 44 % observés en 2023 et 2024.

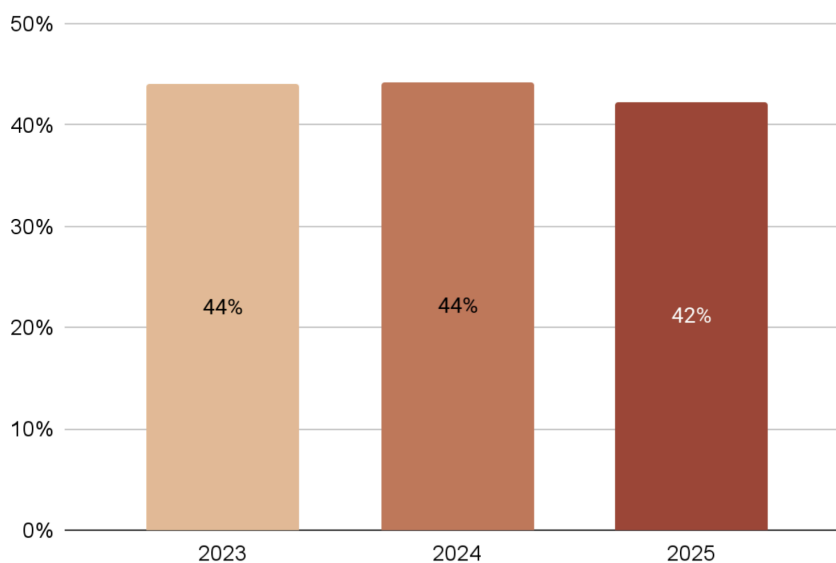
La différence de prix dans le segment des produits de marque était plus faible : les produits végétaux étaient 21 % plus chers en 2025.

En revanche, le fromage végétal en marque de distributeur était 68 % plus cher que le fromage d'origine animale en marque de distributeur en 2025.

Prix moyen par kg pour le fromage végétal et d'origine animale en France, 2023-2025 (€/kg)



Différence de prix entre le fromage végétal et le fromage d'origine animale en France, 2023-2025 (% de différence en €/kg)



# Yaourt végétal

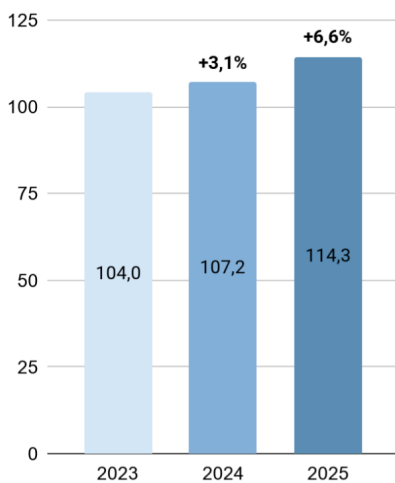
## Marché total

Les ventes de yaourt végétal en France se sont accélérées entre 2024 et 2025.

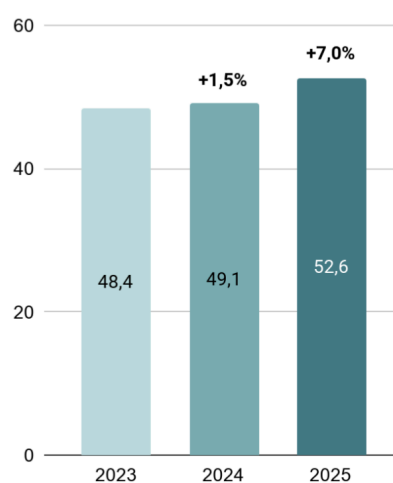
En 2025, la valeur annuelle des ventes a atteint 114 millions d'euros, soit une hausse de 6,6 % par rapport à 2024 et de 9,8 % par rapport à 2023. Les ventes unitaires ont progressé de 7,0 % en 2025 pour atteindre 52,6 millions d'unités, en hausse de 8,6 % par rapport à 2023. Le volume des ventes s'élevait à 24,8 millions de kg en 2025, en hausse de 6,8 % par rapport à 2024 et de 9,0 % par rapport à 2023.

### Ventes de yaourt végétal en France, 2023-2025

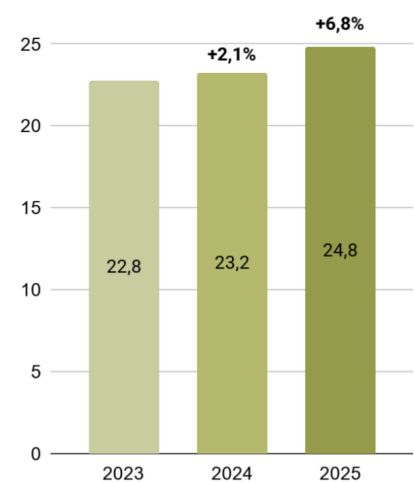
**Valeur des ventes** (en millions d'euros)



**Unités vendues** (millions)



**Volume vendu** (millions de kg)



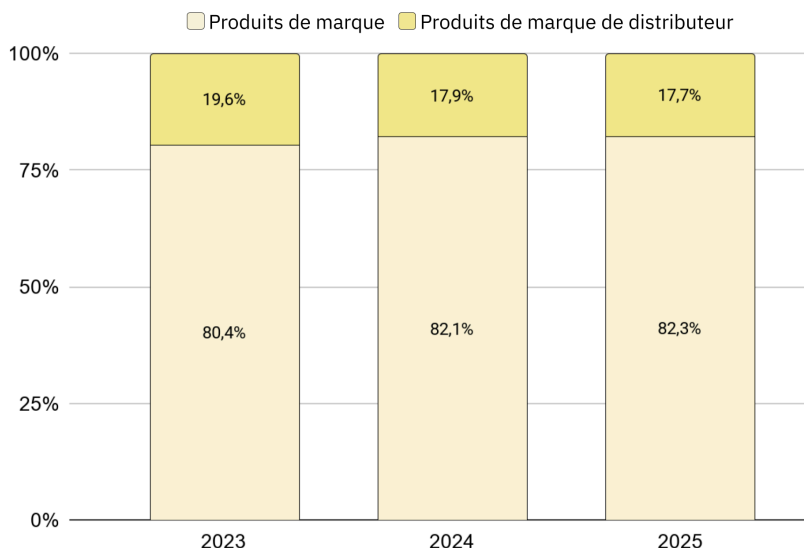
## Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur

Les produits de yaourt végétal en marque de distributeur représentaient 19,6 % du volume des ventes en 2023, en recul à 17,7 % en 2025.

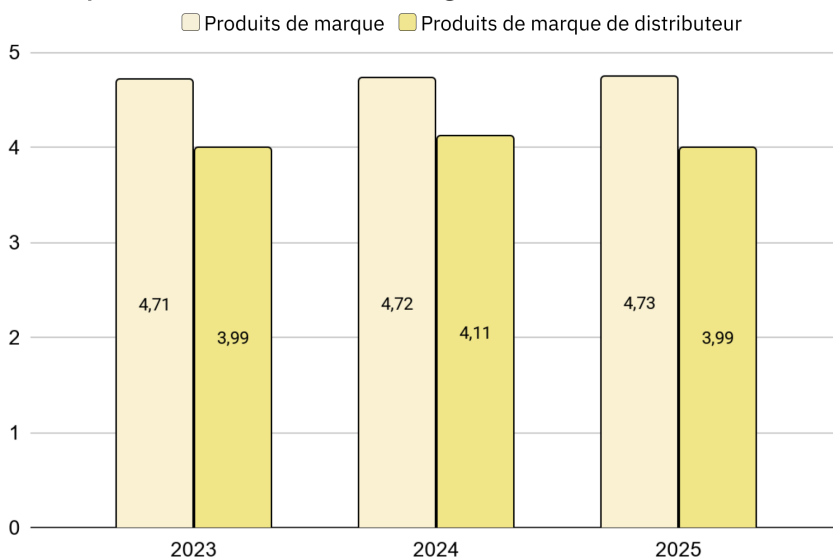
Tandis que les produits de marque ont vu leur volume des ventes progresser en 2024 comme en 2025, le volume des ventes des produits de marque de distributeur a reculé en 2024 avant de repartir à la hausse.

En 2025, les produits de marque de distributeur étaient 16 % moins chers au kg que les produits de marque.

**Ventes de yaourt végétal en France, par produits de marque et produits de marque de distributeur (% du volume des ventes)**



**Prix moyen au kg du yaourt végétal en France, par produits de marque et produits de marque de distributeur, 2023-2025 (€/kg)**

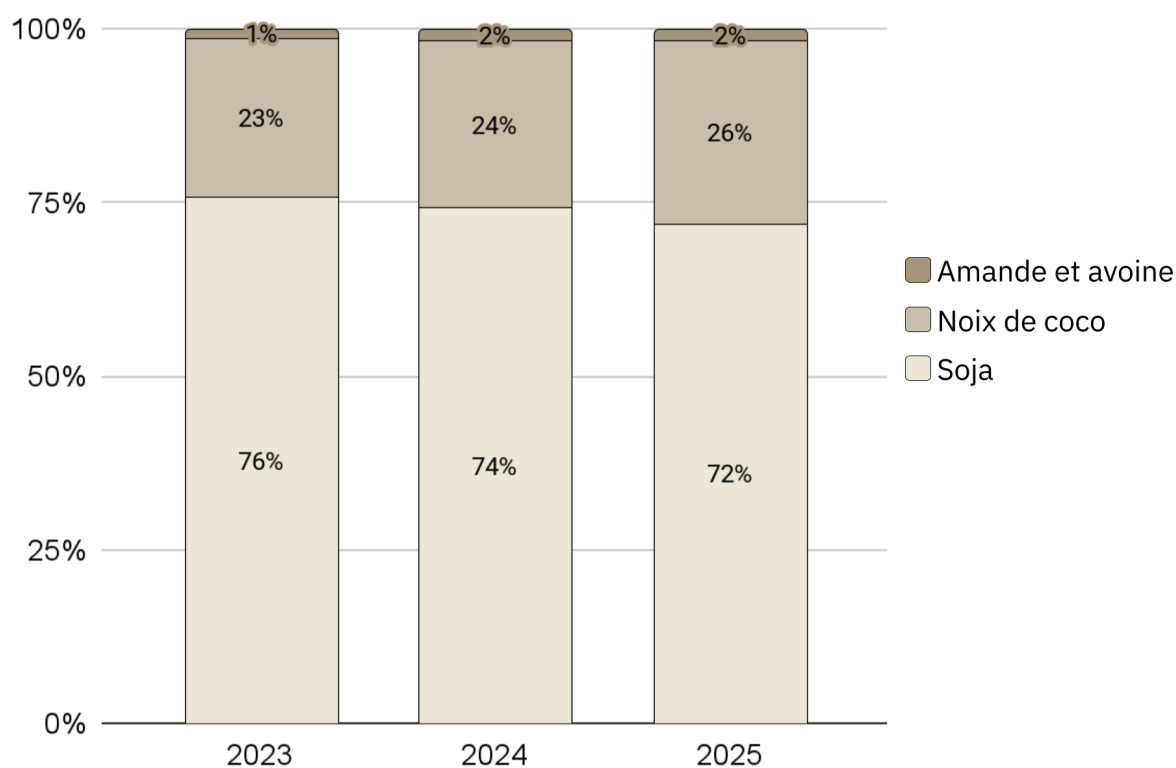


## Répartition par format de produit

La majorité des yaourts végétaux en France étaient à base de soja (72 % du volume des ventes en 2025), même si cette proportion a légèrement diminué entre 2023 et 2025. La part de marché du yaourt à base de noix de coco a connu une légère progression.

### Ventes de yaourt végétal en France selon l'ingrédient de base, 2023-2025

(% du volume des ventes)

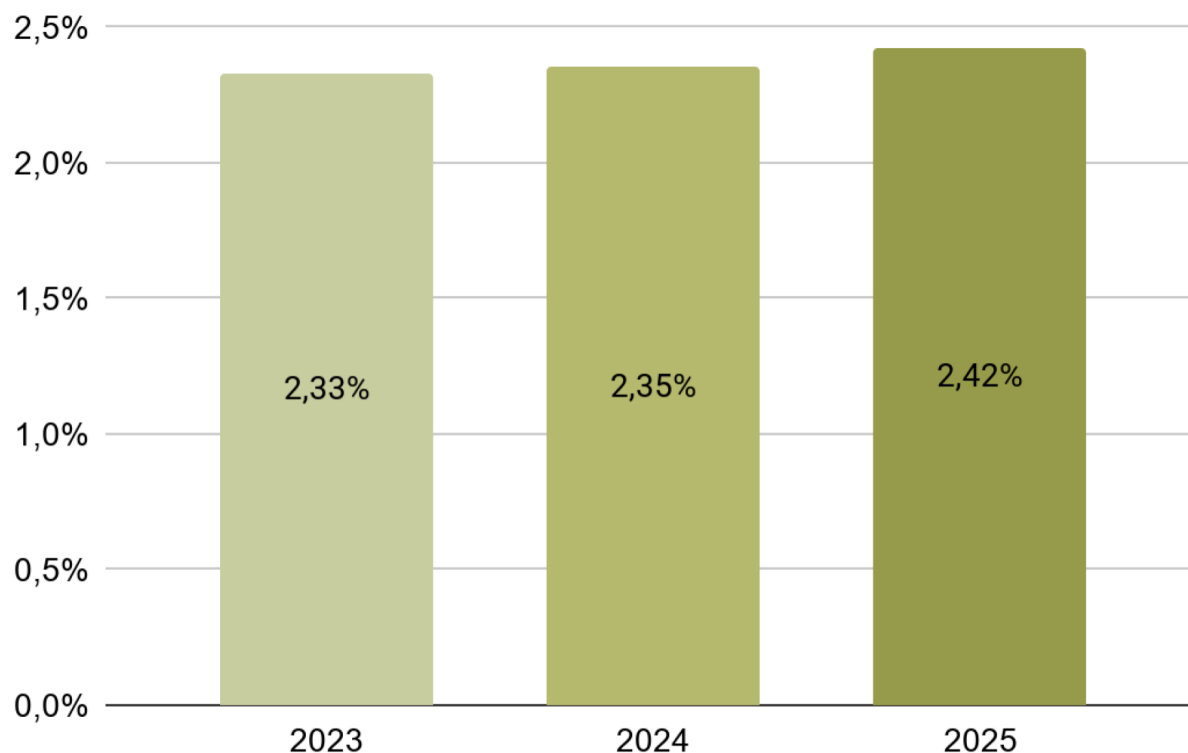


## Part de marché

Si la part de marché du yaourt végétal, en pourcentage du volume total des ventes de yaourt (végétal et d'origine animale) en France, a légèrement augmenté pour atteindre 2,42 % en 2025, elle reste faible.

Entre 2023 et 2025, le volume des ventes de yaourt végétal a augmenté de 2 millions de kg, tandis que celui du yaourt d'origine animale a progressé de 45 millions de kg. Cela témoigne d'une augmentation globale de la demande de yaourt.

### Yaourt végétal : part du marché français total du yaourt (végétal et d'origine animale), 2023-2025 (% du volume des ventes)



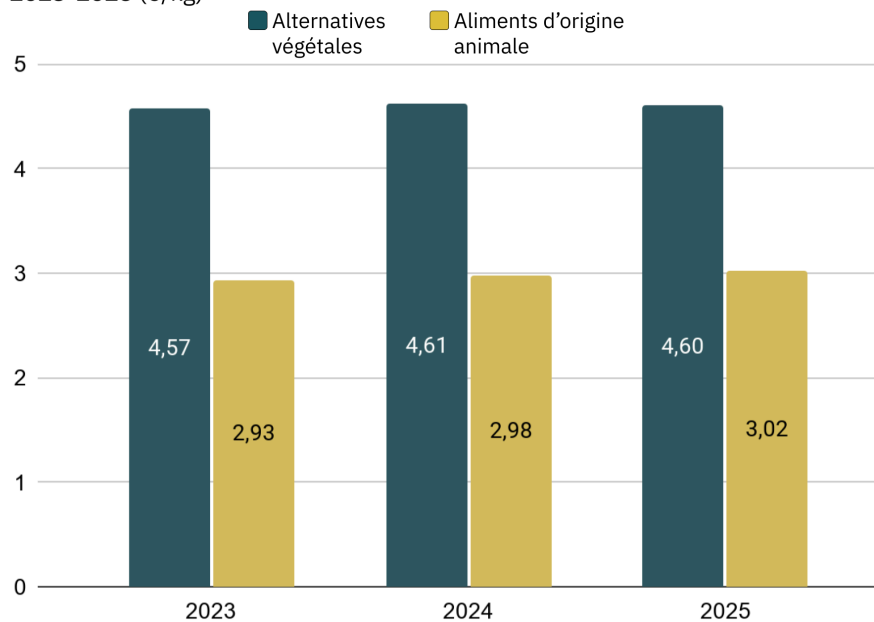
## Évolution des prix par rapport aux équivalents d'origine animale

Le yaourt végétal affichait une différence de prix par rapport au yaourt d'origine animale. Toutefois, cet écart s'est réduit, passant de 56 % au kg en 2023 à 53 % en 2025.

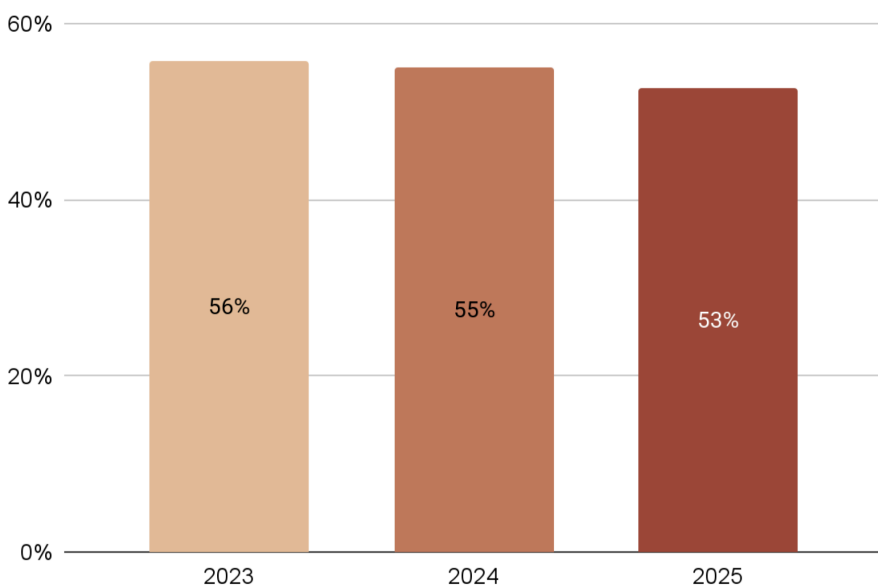
Les yaourts végétaux de marque n'étaient que 24 % plus chers au kg que les yaourts d'origine animale de marque en 2025.

La différence de prix était plus prononcée dans le segment des marques de distributeur, où les produits végétaux étaient 78 % plus chers au kg en 2025.

**Prix moyen par kg pour le yaourt végétal et d'origine animale en France, 2023-2025 (€/kg)**



**Différence de prix entre le yaourt végétal et le yaourt d'origine animale en France, 2023-2025 (% de différence en €/kg)**



# Crème végétale

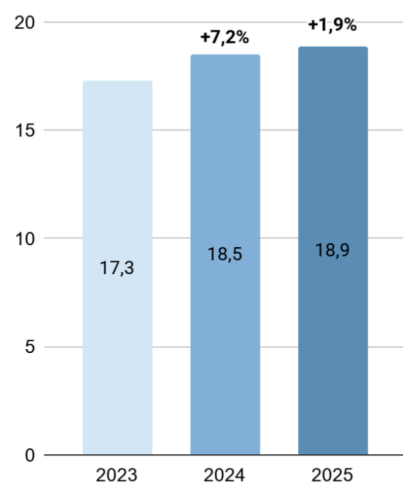
## Marché total

Le marché de la crème végétale<sup>5</sup> en France a continué de croître en 2025, mais à un rythme moins soutenu qu'en 2024.

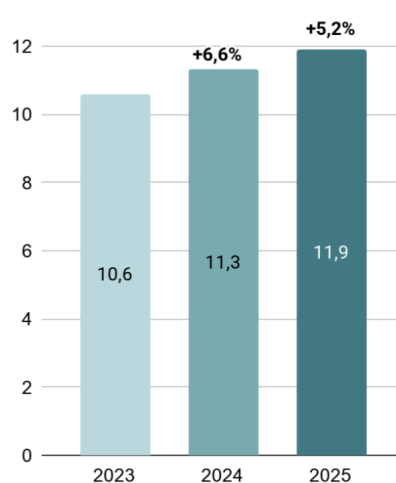
La valeur annuelle des ventes a progressé de 1,9 % pour atteindre 18,9 millions d'euros en 2025, soit une hausse de 9,2 % par rapport à 2023. Les ventes unitaires ont atteint 11,9 millions en 2025, en hausse de 5,2 % par rapport à 2024 et de 12,2 % par rapport à 2023. Le volume des ventes a progressé de 4,0 % pour atteindre 4,68 millions de kg en 2025, soit 14,4 % de plus qu'en 2023.

## Ventes de crème végétale en France, 2023-2025

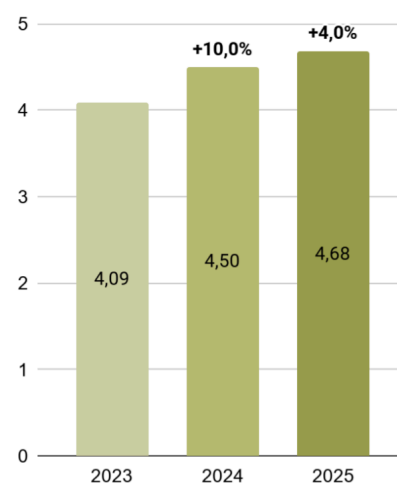
**Valeur des ventes** (en millions d'euros)



**Unités vendues** (millions)



**Volume vendu** (millions de kg)



<sup>5</sup> Le total de la crème végétale est inférieur à celui publié dans l'édition précédente de ce rapport. Les crèmes à base de noix de coco ont été exclues du rapport de cette année. En effet, la plupart des crèmes de coco disponibles en France sont positionnées comme des ingrédients de cuisine asiatique traditionnelle plutôt que comme des alternatives à la crème laitière. Les données de ventes ne permettent pas d'isoler uniquement les produits à base de noix de coco positionnés comme alternatives laitières.

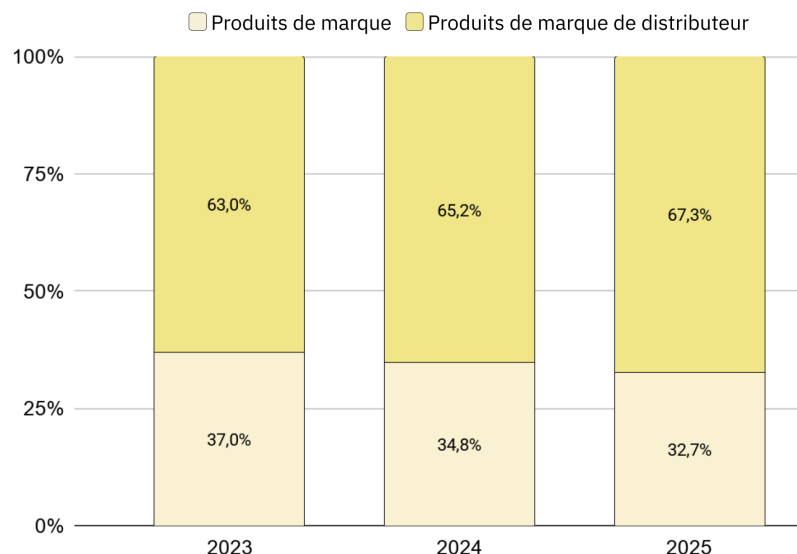
## Comparaison des produits de marque et des produits de marque de distributeur

La part de marché des produits de marque de distributeur a légèrement progressé entre 2023 et 2025, atteignant les deux tiers du volume des ventes en 2025.

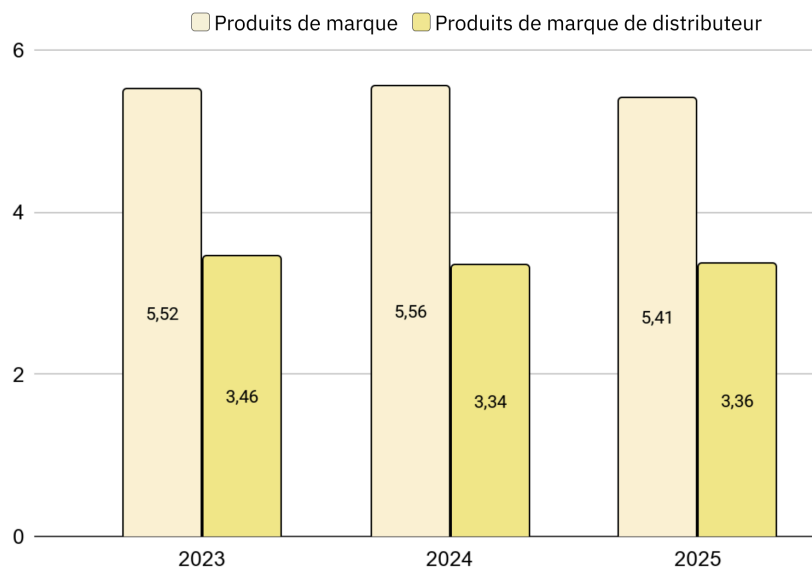
En 2025, le volume des ventes des produits de marque a reculé de 2,2 %, tandis que celui des produits de marque de distributeur a progressé de 7,3 %.

Les produits de marque de distributeur ont bénéficié d'un avantage tarifaire significatif, étant 38 % moins chers au kg en 2025.

**Ventes de crème végétale en France, par produits de marque et produits de marque de distributeur, 2023-2025 (% du volume des ventes)**



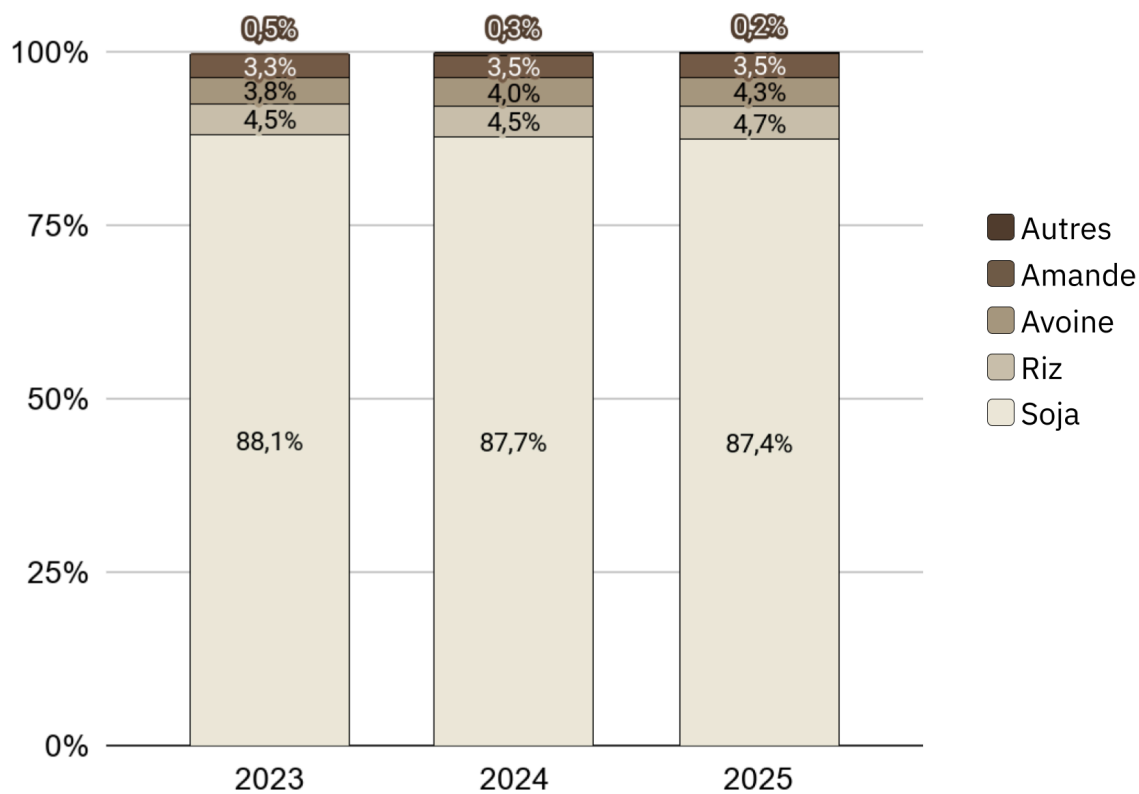
**Prix moyen au kg de la crème végétale en France, par produits de marque et produits de marque de distributeur, 2023-2025 (€/kg)**



## Répartition par format de produit

La majorité des crèmes végétales en France étaient à base de soja, avec de petites parts de marché pour les produits à base de riz, d'avoine et d'amande. Aucun changement majeur n'a été observé dans leurs parts de marché entre 2023 et 2025.

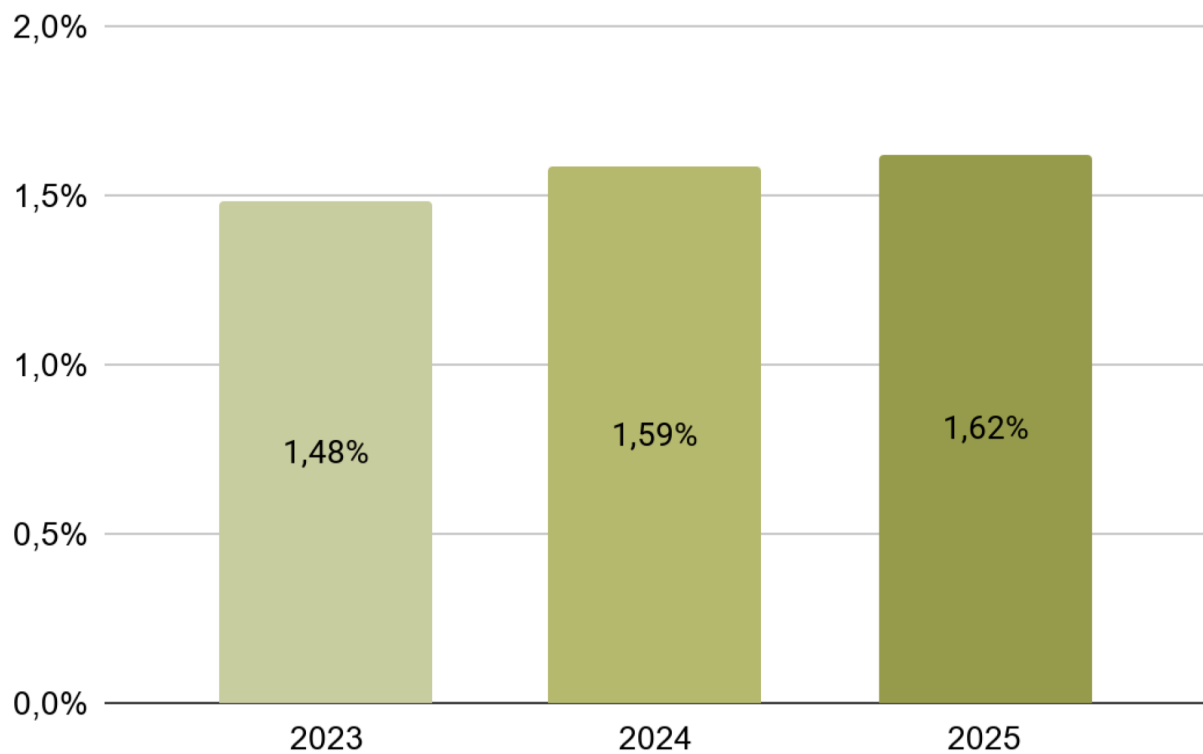
**Ventes de crème végétale en France selon l'ingrédient de base, 2023-2025**  
(% du volume des ventes)



## Part de marché

La part de marché de la crème végétale, en proportion du volume total des ventes de crème (végétale et d'origine animale), a légèrement progressé. Elle est passée de 1,48 % en 2023 à 1,62 % en 2025. Le volume des ventes de crème d'origine animale a quant à lui augmenté de 4 % sur cette même période.

### Crème végétale : part de marché de la crème (végétale et d'origine animale) en France, 2023-2025 (% du volume des ventes)



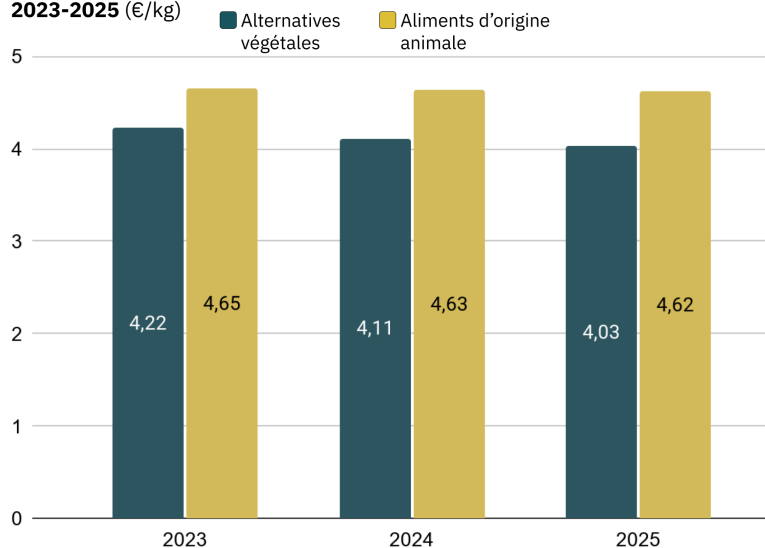
## Évolution des prix par rapport aux équivalents d'origine animale

La crème végétale était systématiquement moins chère au kg que la crème d'origine animale. Son avantage tarifaire est passé de 9 % en 2023 à 13 % en 2025, principalement sous l'effet de la baisse du prix de la crème végétale, tandis que les prix de la crème d'origine animale restaient stables.

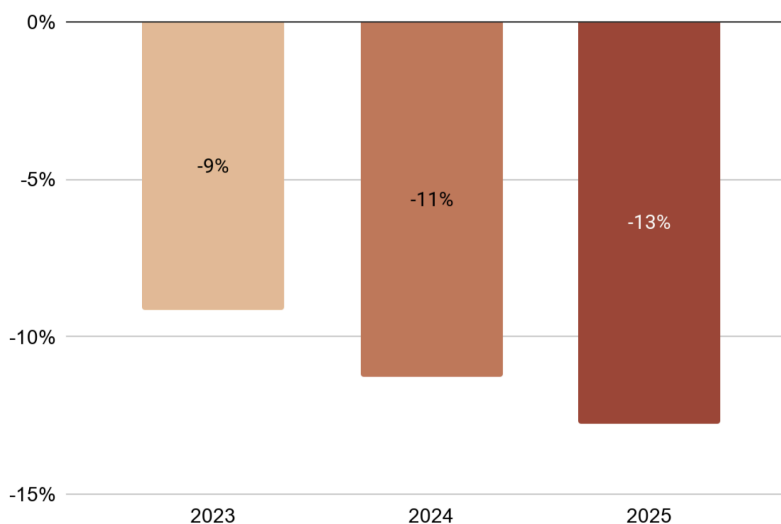
En comparant uniquement avec les produits de marque de distributeur, la crème végétale était 17 % moins chère au kg en 2025.

Dans le segment des produits de marque, la crème végétale était 5 % moins chère au kg en 2025.

Prix moyen par kg pour la crème végétale et d'origine animale en France, 2023-2025 (€/kg)



Différence de prix entre la crème végétale et la crème d'origine animale en France, 2023-2025 (% de différence en €/kg)



## Conclusion

La demande en alternatives végétales s'accélère en France, avec une croissance dans plusieurs catégories de produits.

La forte croissance enregistrée en 2025 doit être replacée dans le contexte d'un marché des alternatives végétales encore jeune, avec des parts de marché qui restent faibles par rapport aux produits d'origine animale, notamment en comparaison avec certains autres pays européens.

À ce stade encore précoce, la performance des produits semble être un facteur déterminant des ventes, avec une croissance plus marquée dans certains segments plus onéreux de chaque catégorie (par exemple, une croissance plus forte de la viande végétale que du tofu ou de la boisson à l'avoine que du lait de soja). Il est possible que les premiers adoptants soient moins sensibles au prix qu'à d'autres facteurs tels que la santé, la durabilité ou le goût.

Ainsi, malgré une bonne dynamique en France, les fabricants ne doivent pas faire preuve de complaisance. De nouveaux progrès en matière d'accessibilité financière seront probablement nécessaires pour réussir à toucher un public plus large. Cependant, cela ne doit pas se faire au détriment de la qualité du produit : le goût et la performance doivent rester primordiaux lors du développement de nouveaux produits.

***Helen Breewood,***

*Senior Market and Consumer Insights Manager au Good Food Institute Europe*



Dans l'ensemble, les tendances positives observées au fil des ans confirment que le marché français des alternatives végétales continue de se développer. C'est un signal encourageant, qui témoigne à la fois d'une offre de produits croissante et d'un appétit grandissant des consommatrices et consommateurs pour les alternatives végétales.



Poursuivre cette dynamique nécessitera toutefois des efforts continus, afin de soutenir l'innovation et accompagner tout un écosystème d'entreprises encore jeunes et souvent fragiles. Cela implique notamment le développement de solutions de financement adaptées, une collaboration plus étroite entre investisseurs publics et privés, la garantie d'un soutien politique continu de la part des pouvoirs publics, ainsi que l'encouragement d'un engagement accru des acteurs industriels déjà établis.

La France est bien positionnée pour devenir un pays leader dans ce secteur. Saisir cette opportunité permettrait non seulement de stimuler la croissance économique, mais aussi de contribuer de manière significative aux objectifs environnementaux nationaux et européens.

***Helene Grosshans,***

*Senior Infrastructure Investment Manager au Good Food Institute Europe,  
Montpellier, France*

# À propos du Good Food Institute Europe

Le [Good Food Institute Europe](#) est une organisation à but non lucratif et un groupe de réflexion international qui œuvre pour un système alimentaire plus durable, plus sûr et plus juste en diversifiant les sources de production des protéines.

Nous promouvons les avancées scientifiques, les politiques publiques et les investissements nécessaires pour rendre les protéines alternatives savoureuses, abordables et accessibles à travers l'Europe.

En soutenant le développement des protéines végétales, de la viande cultivée et des ingrédients issus de la fermentation, nous pouvons renforcer la sécurité alimentaire, atteindre nos objectifs climatiques et encourager des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement. GFI Europe est entièrement financé par des dons.

## Citation

Breewood H., *Analyse du marché de détail de la viande végétale en France, 2023-2025* traduit par Alice Kouri (2026). GFI Europe.

DOI: 10.5281/zenodo.20328454

## Droits d'auteur

Ce document (à l'exclusion des droits liés aux photographies) est mis à disposition sous licence Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) :

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Contact

### Helen Breewood

Senior Market and Consumer Insights Manager, GFI Europe

[europe@gfi.org](mailto:europe@gfi.org)