



MARCHÉS ET TENDANCES CONSOMMATION



FILIÈRE FRUITS ET LÉGUMES FRAIS
**BILAN ET
ACHATS DES
MÉNAGES 2025**

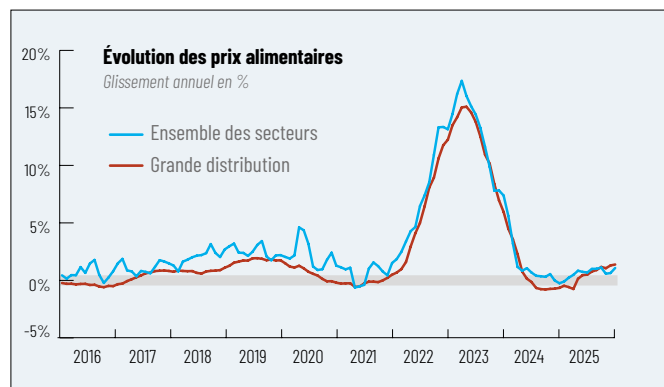


UNE INFLATION MODÉRÉE EN 2025 ET UNE REPRISE PRUDENTE SUR FOND D'INCERTITUDES POLITIQUES

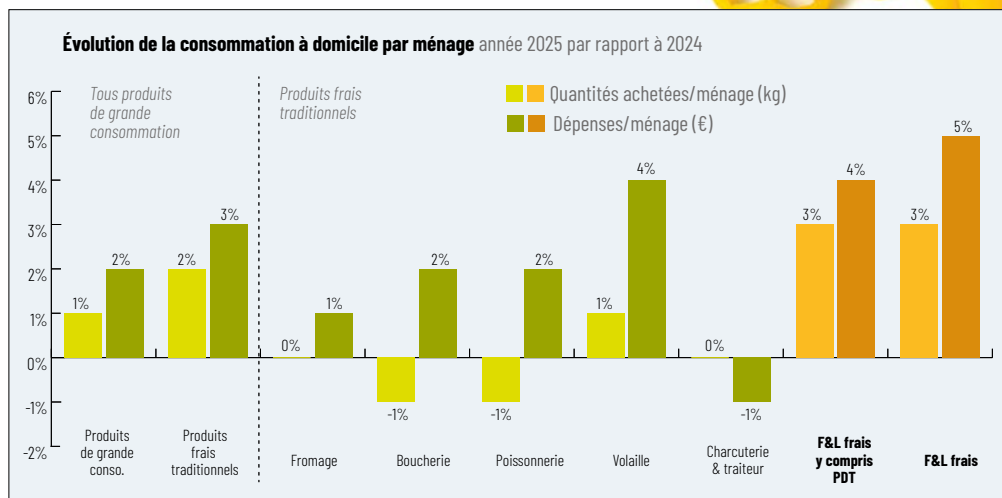
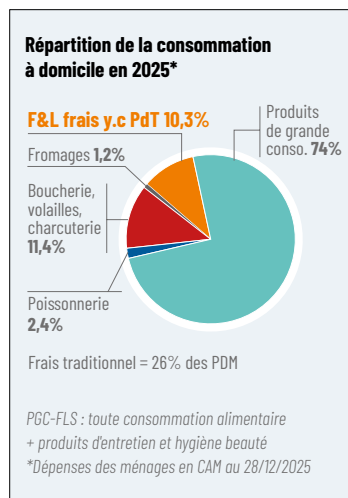
En 2025, le contexte économique a continué de s'améliorer avec la confirmation de la désinflation amorcée depuis 2024, après des années 2022 et 2023 de progression soutenue ; une amélioration toutefois sans euphorie et fragilisée par les incertitudes politiques nationales et la poursuite de conflits géopolitiques internationaux. Après avoir modifié leurs comportements de consommation depuis 2022, les Français ont pu réduire leurs arbitrages de consommation dans cet environnement plus favorable et la consommation a pu rebondir partiellement.

Sur l'année 2025, le PIB a ainsi **progressé de +0,9% versus +1,1%** en 2024. Le pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages a progressé de +0,5% par rapport à 2024, après une hausse de +2,5% en 2024. En moyenne annuelle, **l'inflation a ralenti et s'est établie à +1,0% en 2025**, versus +2,0% en 2024, du fait de la poursuite du **ralentissement de la hausse des coûts, notamment de l'alimentation**,

et du recul de l'énergie par rapport à 2024. Les **produits alimentaires affichent une hausse de +1,2%** après une hausse de +1,4% en 2024. Les **produits frais ressortent à +1,0%** après une hausse de +1,9% en 2024.



DANS CE CONTEXTE, LES FRANÇAIS DESSERRENT LES CONTRAINTES TOUT EN RESTANT ATTENTIFS À LEURS DÉPENSES DU QUOTIDIEN



Après des années 2022 et 2023 où les Français ont modifié leurs comportements de consommation en réponse à la situation d'inflation globale, l'amélioration en 2024 et 2025 du contexte économique avec **un ralentissement de l'inflation globale** - dont une stabilisation sur le poste de l'alimentation, et la hausse de leur pouvoir d'achat, ont contribué à un desserrement de leurs contraintes et arbitrages de consommation. L'inflation demeure toutefois l'une de leurs principales inquiétudes (même si leur sensibilité aux prix diminue un peu) ainsi que la montée des conflits mondiaux. **Ils ont ainsi réduit leurs arbitrages tout en restant vigilants sur leurs dépenses du quotidien**, avec une attention à leur gaspillage et la maîtrise de leurs quantités achetées par acte d'achat.

Ainsi, en lien avec une inflation modérée, une légère hausse des achats en volume des **produits de grande consommation – frais libre-service** est observée en 2025 par rapport à 2024 (après un léger recul en 2024 sur un an), portée par une **reprise de la fréquence**

d'achat. Celle-ci est conjuguée à une légère « remontée en gamme » / **valorisation des achats** après 2 années 2022 et 2023 de glissement de gamme (descente de gamme dans les achats) et une année 2024 de stabilisation. Une poursuite du **retour partiel des produits sous logos/labels est observée dans les paniers d'achat**. Si le marché du bio n'a pas retrouvé tout son potentiel, la gamme biologique a dans ce cadre pu bénéficier d'un retour progressif de ménages acheteurs et d'une reprise de volumes d'achat. La consommation des **produits frais traditionnels** (PFT) a légèrement augmenté en volume sur un an pour toutes les catégories de produits, dont les fruits et légumes frais. A noter que ces derniers ont eu une progression supérieure à celle de l'ensemble de cette catégorie.

L'évolution en valeur en F&L frais (+5%/2024) est expliquée par une hausse des volumes achetés (+3%/2024) et une hausse du prix moyen payé à l'achat (de l'ordre de +2%/2024) - hausse proche de celle de l'ensemble des PFT.

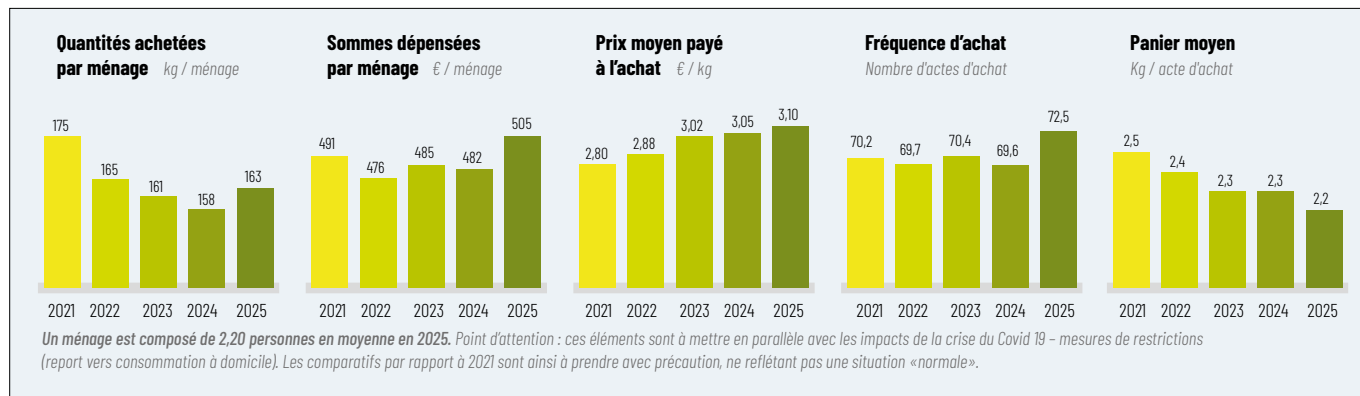
Les chiffres d'achat de F&L frais présentés incluent la banane, la Fraich Découpe et la 4^{ème} gamme, et n'incluent pas la pomme de terre. Données en CAM au 28/12/2025.

DES VOLUMES EN PROGRESSION EN LIEN AVEC UNE REPRISE DE LA FRÉQUENCE D'ACHAT



Après un point « bas » en 2024, les **quantités achetées par ménage** ont progressé en 2025 par rapport à 2024 (+3%/2024), en lien avec une **hausse de la fréquence d'achat**, sans toutefois retrouver leur niveau d'avant crise sanitaire de 2019. **Le panier moyen d'achat en volume** est en recul, en lien avec la hausse de fréquence d'achat, et

plus globalement une tendance à la baisse des quantités achetées par acte depuis 2022 avec la progression de l'inflation globale. **Les sommes dépensées par ménage** ont également progressé (+5%/2024). Le **prix moyen payé à l'achat** a progressé de +2%/2024.



Source : Worldpanel by Numerator

UNE CONSOMMATION ACTIVE PORTÉE PAR LE 2^{ème} TRIMESTRE, PLUS NUANCÉE À PARTIR DE FIN AOÛT

L'année 2025 a été marquée à la fois par une **inflation modérée** et par des températures moyennes élevées qui font de cette année la **4^{ème} année la plus chaude** depuis les mesures de températures en 1900 (Météo France). Elle a été atypique pour les fruits et légumes particulièrement météo-sensibles.

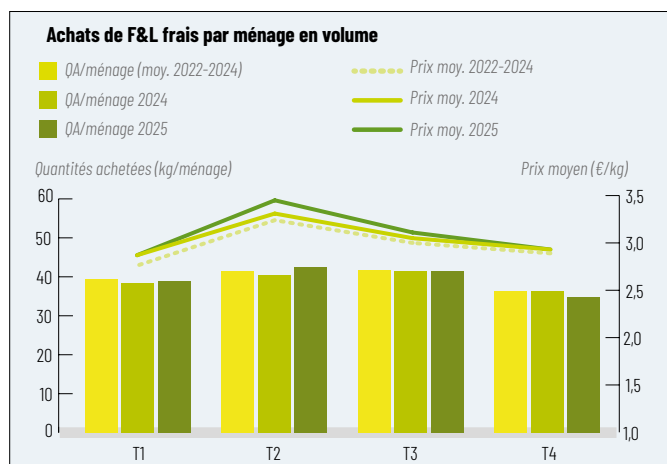
En début d'année, l'inflation a été un peu plus marquée que l'inflation générale du fait d'une demande exacerbée notamment au printemps et sur la 1^{ère} partie de l'été. En effet, le contexte météo doux et ensoleillé a été favorable à l'offre comme à la demande (après une année 2024 particulièrement maussade et pluvieuse à cette période). Ainsi, la qualité des produits a été exceptionnelle, une forte demande était présente, et les effets calendaires ont été favorables pour Pâques tout comme en mai et juin avec le positionnement des jours fériés ; à noter toutefois de la tension sur l'offre observée avec une offre européenne limitée de fruits à noyaux - Espagne/Grèce/Turquie.

La tendance s'est inversée au second semestre. En effet, depuis fin

août, les achats des ménages ont ralenti en lien avec la conjugaison de plusieurs facteurs : météo plus contrastée, rentrée délicate avec un contexte socio-politique sensible impactant notamment le moral et les inquiétudes des ménages.

L'automne et le début d'hiver globalement doux ont été défavorables aux achats de produits météo sensibles au froid face à une offre présente en quantité importante stimulée par les conditions climatiques (choux-fleurs, salades, mâche notamment - endive retour à des volumes normaux après 2 années déficitaires), contribuant à générer des déséquilibres de marché.

Des hausses de volumes achetées principalement portées par les + de 65 ans, population sur-consommatrice de F&L frais par rapport à son poids dans la population, représentant à elle seule près de 40% des achats volume totaux de F&L frais en France avec un poids de 28% dans la population.



Évolutions des achats volume de F&L frais par cycle consommateur en 2025*

| Cycle consommateur | Poids dans la population | Poids dans les achats volumes de F&L frais | Évolution 2025/moy. 2022-24 | Évolution 2025/24 |
|------------------------------------|--------------------------|--|-----------------------------|-------------------|
| Familles avec 1 ado/jeune adulte** | 12% | 12% | 0% | 4% |
| Familles avec 1 enfant** | 15% | 11% | -3% | 1% |
| Familles avec 1 bébé** | 4% | 3% | 9% | 12% |
| 65 ans et plus sans enfant | 28% | 39% | 1% | 3% |
| 50-64 ans sans enfant | 20% | 22% | -1% | 2% |
| 35-49 ans sans enfant | 8% | 6% | 5% | 5% |
| Moins de 35 ans sans enfant | 13% | 7% | -2% | 0% |

* Cumul annuel mobile au 28 décembre 2025 - Source : Worldpanel by Numerator, F&L frais hors pomme de terre y compris 4^e gamme et fraîche découpe - Tous circuits, origines, gammes, conditionnements confondus pour une consommation à domicile.
** Bébé = 0-3 ans ; enfant = 4 à 11 ans ; adolescent/jeune adulte = 12-23 ans.

Source : Worldpanel by Numerator



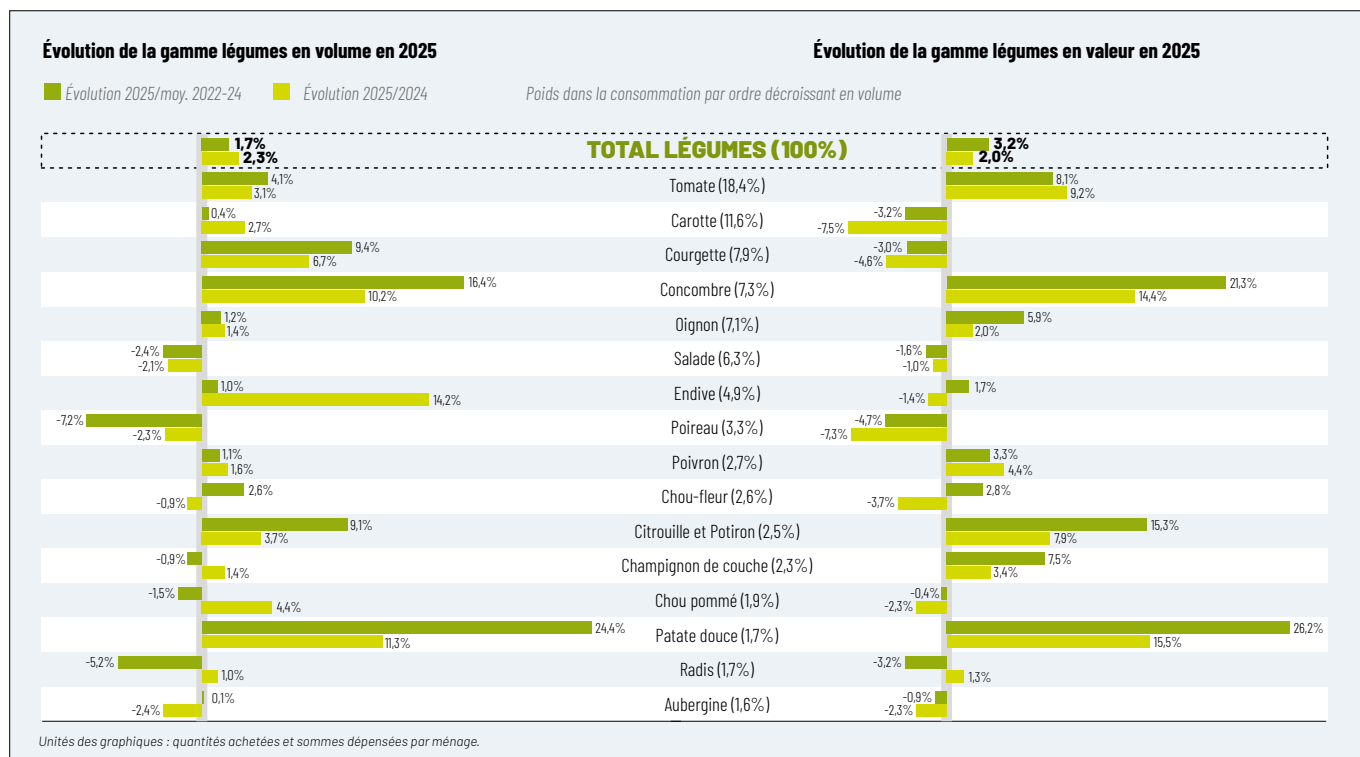
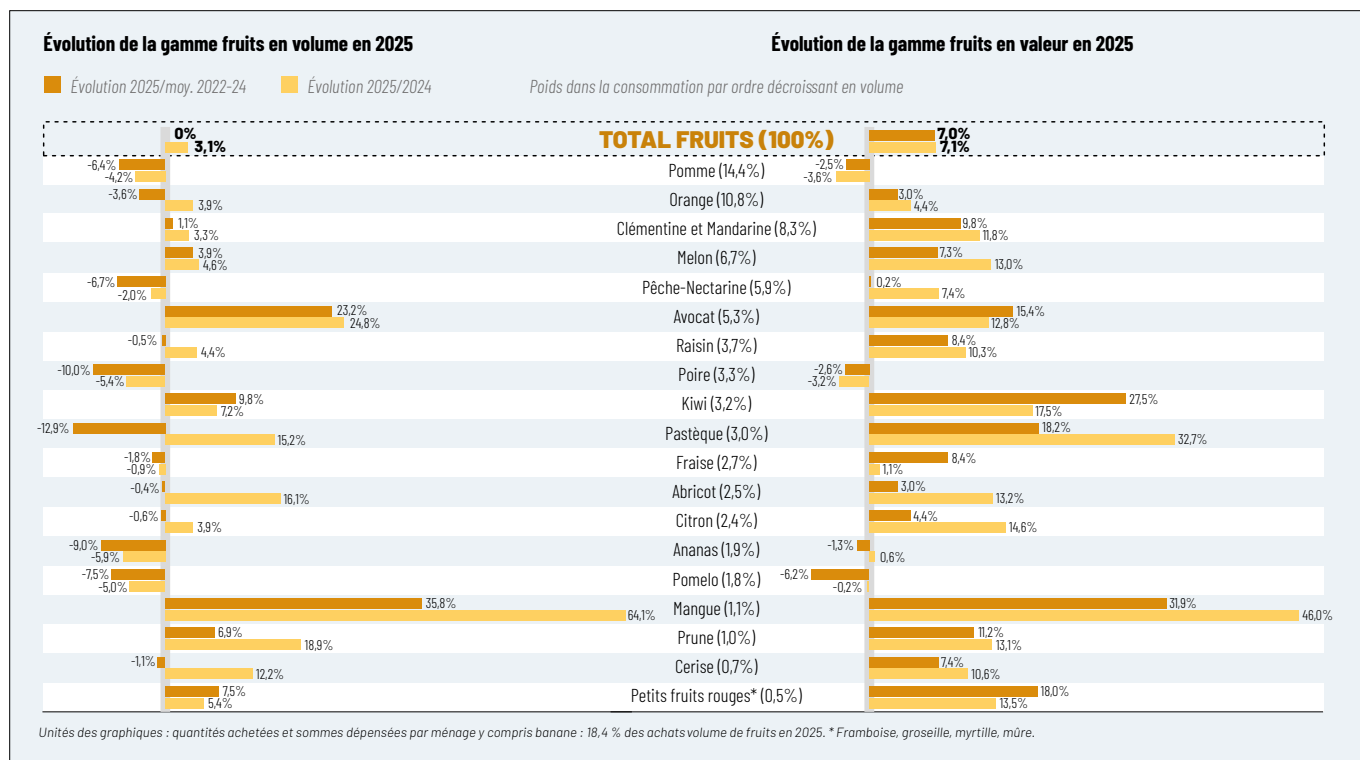
DES VOLUMES EN PROGRESSION

Une hausse des achats en volume a été observée en 2025 par rapport à 2024, notamment sur les campagnes de produits de printemps et de début d'été, en lien avec une conjugaison d'effets d'offre et de demande – démarrages sur des calendriers « normaux » après une année 2024 globalement tardive et impactée sur le niveau d'offre, offre de belle qualité et bons taux de sucre, moins de tris en 2025 sur le marché de la cerise

par exemple. À noter des difficultés de marché en abricot et melon en juillet et août ; des difficultés d'écoulement sur le marché des produits d'automne-hiver au 4^{ème} trimestre.

Au global de l'année, la hausse de **prix moyen payé à l'achat sur l'année 2025 a été de +2%** sur un an, et a été plus marquée en fruits frais qu'en légumes frais, résultant des impacts d'offre et de demande décrits précédemment.

Des hausses de volumes achetés sur un an à lier principalement à des effets d'offre



BIO - UNE REPRISE PROGRESSIVE DES ACHATS VOLUME



En 2025, une poursuite de la tendance à l'amélioration a été observée sur la gamme bio, une « remontée » en gamme qui se poursuit après de premiers signaux en 2024, même si l'orientation du marché en volume reste à la baisse par rapport à 2019. La fréquence d'achat est en progression en 2025 par rapport à 2024, tout

comme pour le global gamme. Et le panier moyen d'achat est remonté.

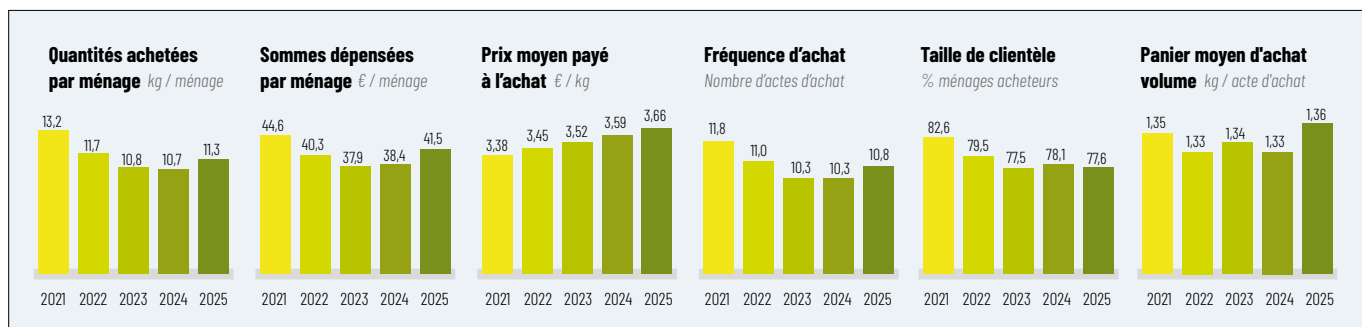
Ainsi, une hausse des achats en volume a été observée (environ +6%/2024). Les dépenses ont quant à elles progressé d'environ +8%/2024.

*Ensemble des F&L bio hors pomme de terre y compris 4^e gamme et fraîche découpe

Les parts de marché des F&L bio* en 2025 sont de

7,0% en volume
+0,2 pt / 2024

8,2% en valeur
+0,2 pt / 2024



Source : Worldpanelby Numerator

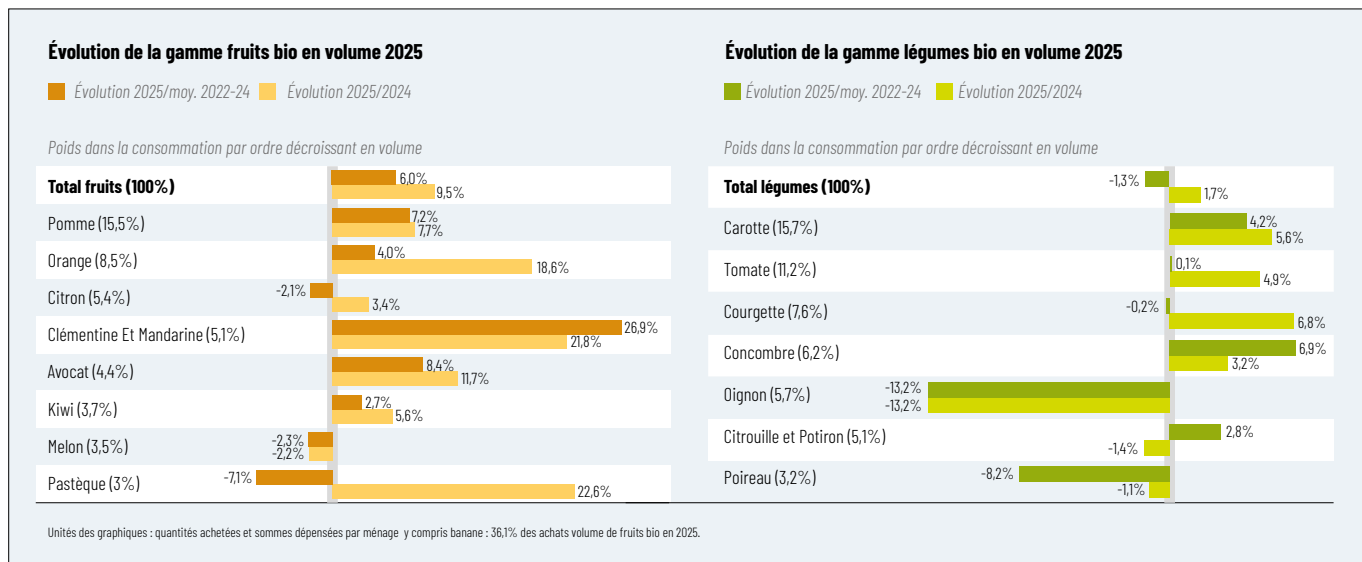


Zoom : des parts de marché en progression en 2025 par rapport à 2024

UNE PROGRESSION DES ACHATS EN VOLUME

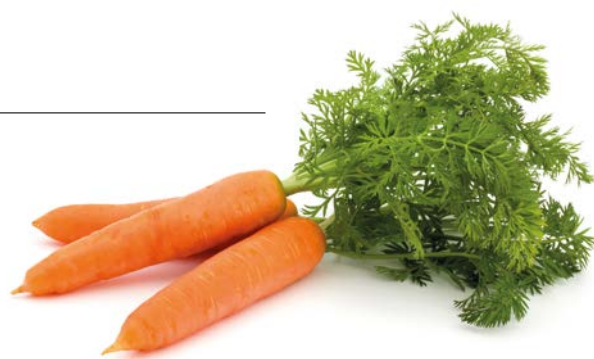
Une progression des achats en volume est observée par rapport à 2024 ; une hausse plus nuancée par rapport à la moyenne 2022-24. Ces évolutions sont à lier au **contexte de l'offre et à l'évolution de la demande**. Les arbitrages de consommation des ménages, même s'ils

restent présents, après 2 années d'inflation globale marquée en 2022 et 2023, ont été plus nuancés sur les derniers mois de 2024 et tout au long 2025, avec **un recul du phénomène de « glissement de gamme »** et une progression de la fréquence d'achat.



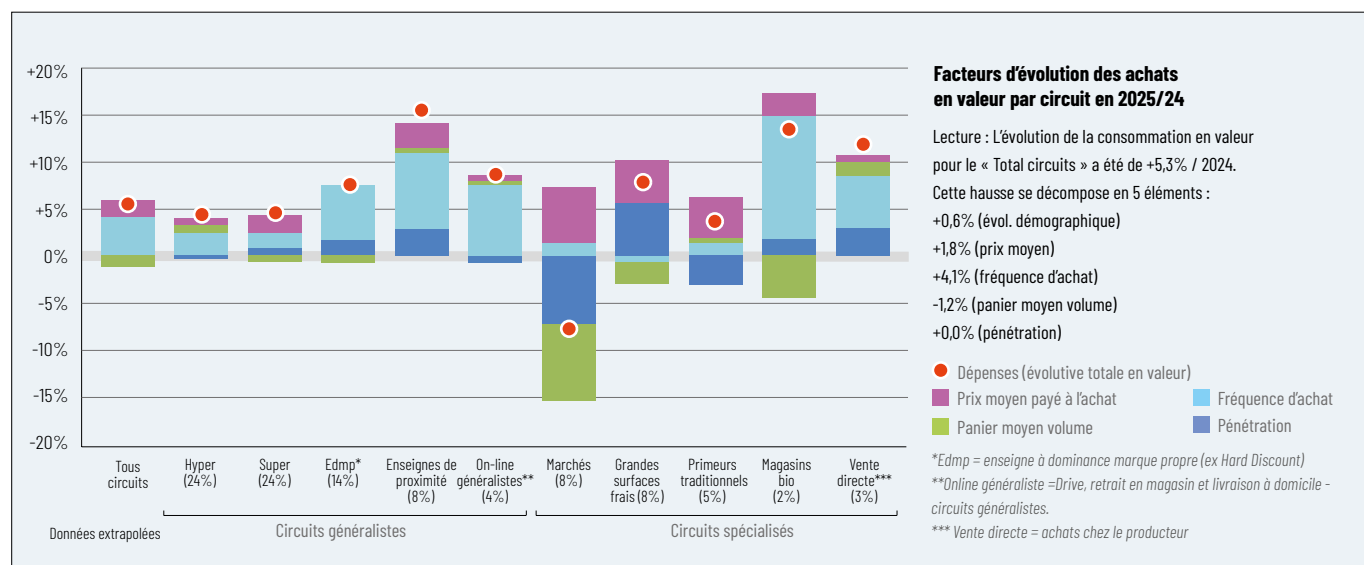
Source : Worldpanelby Numerator

UNE HAUSSE DE LA FRÉQUENCE D'ACHAT TRANSVERSALE À L'ENSEMBLE DES CIRCUITS



La hausse du prix moyen payé à l'achat a été en faveur d'une majeure partie des circuits en 2025 par rapport à 2024, tout comme **la reprise de la fréquence d'achat**. Le panier moyen d'achat volume a globalement contribué négativement aux dépenses des Français en F&L frais. Les évolutions sont toutefois contrastées selon les circuits de distribution. Ainsi, la fréquence d'achat a plus positivement impacté les Edmp, les enseignes de proximité, le on-line, la vente directe et les magasins

bio. Les grandes surfaces frais, les enseignes de proximité et la vente directe ont capté de nouveaux ménages acheteurs. Au niveau des marchés, les dépenses ont continué de reculer (en lien avec une baisse de la taille de clientèle et du panier moyen d'achat en volume), circuit moins plébiscité depuis 2022 après une dynamique soutenue en 2020-21 (lien crise sanitaire Covid 19).



En 2025, le groupe de travail de suivi des marchés a permis aux représentants de tous les maillons de la filière d'échanger sur l'évolution conjoncturelle de la production et du commerce. Ce sont 33 réunions téléphoniques qui ont permis de suivre le pouls des marchés tout au long des campagnes. En parallèle, Interfel a poursuivi en 2025 la mesure de

l'activité commerciale des marchés de gros et de la distribution grâce à l'outil « **baromètre aval** », et le relais de son outil complémentaire présentant différents indicateurs économiques de suivi de marché, le « **tableau de bord consolidé** ». Un nouveau format de « **note de conjoncture mensuelle** » a également été développé.



Jeff Mahintach
Président Exécutif de la Commission Économie



Bruno Vila
Président Délégué de la Commission Économie

Direction Stratégie Filière :
Olivier de Carné (Directeur), Cécilia Céleyrette (Directrice adjointe)
Service Économie :
Cécilia Céleyrette (Responsable de service), Dragana Miladinovic, Olivier Aycaquer, Alizée Vitaud, Mélodie Mousallam, Aurélia Lépine



ASSOCIATION INTERPROFESSIONNELLE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

97 boulevard Pereire - 75017 Paris - Tél. : 01 49 49 15 15 - Mél : infos@interfel.com
www.lesfruitsetlegumesfrais.com - www.interfel.com



@lesfruitsetlegumesfrais



@lesfruitsetlegumesfrais



@lesfruitsetlegumesfrais



@Interfel

Ces données sont la propriété de Worldpanel by Numerator. Elles sont confidentielles et destinées exclusivement à votre usage. Toute diffusion à des tiers, y compris la presse ou via Internet, si elle ne fait pas l'objet d'une autorisation de Worldpanel by Numerator, engagera votre responsabilité civile et pénale. Ces données reposent sur le panel de consommateurs Worldpanel by Numerator (panel composé de 12 000 ménages représentatifs de la population française déclarant leurs achats de fruits et légumes frais pour une consommation à domicile, toutes origines confondues). Périmètre : total fruits et légumes frais, y compris banane, 4^{ème} gamme et fraîch'découpe, hors pomme de terre.