



**Les aliments et boissons d'origine végétale atteignent 16,3 milliards d'euros en Europe mais ne représentent que 2,4 % des ventes de produits de grande consommation, selon Circana**

- **L'essor du flexitarisme redéfinit la demande, la croissance s'étendant désormais au-delà des substituts de viande**
- **L'Allemagne et l'Espagne sont en tête de la croissance tandis que le Royaume-Uni stagne, soulignant les différences de performance entre les marchés.**

**Paris le 14 Avril 2026** – Les aliments et boissons d'origine végétale sont désormais bien implantés en Europe mais disposent encore d'un important potentiel de croissance, a déclaré Circana, l'un des leaders dans l'analyse des tendances de consommation, lors de la conférence [Plant FWD](#) qui s'est tenue les 8 et 9 Avril derniers au Midden Nederland Hallen à Barneveld et qui a réuni plus de 1 000 professionnels de l'industrie agroalimentaire.

Les aliments et boissons d'origine végétale représentent désormais 16,3 milliards d'euros sur les principaux marchés européens analysés par Circana (UE6 – Royaume-Uni, Allemagne, Italie, Espagne, France et Pays-Bas), avec une croissance de +5,1 % en glissement annuel entre 2024 et 2025. Ils ne représentent toutefois que 2,4 % du chiffre d'affaires total des aliments et boissons, ce qui souligne un écart manifeste entre l'intérêt des consommateurs et la taille réelle du marché.

La croissance est de plus en plus tirée par une consommation quotidienne que par des achats occasionnels. Les fruits à coque et les graines représentent 45 % du chiffre d'affaires des produits d'origine végétale, suivis par les substituts laitiers (21 %) et les plats préparés (15 %), tandis que les substituts de viande et de produits de la mer ne représentent que 4 % de la catégorie.

Cette évolution reflète un changement de comportement des consommateurs, les aliments et boissons à base végétale n'étant plus un simple substitut mais s'intégrant davantage dans une alimentation quotidienne.

**Les flexitariens sont le moteur de la généralisation de cette tendance.**

La demande est tirée par les consommateurs « lambda », et non plus uniquement par les adeptes de longue date des produits d'origine végétale. Seuls environ 11 % des Européens se déclarent végétaliens ou végétariens, mais la part de ceux qui se définissent comme flexitariens est passée à 31 % en 2024, contre 21 % en 2023, ce qui en fait le principal moteur de la croissance de cette catégorie.

Dans le même temps, les produits d'origine végétale surpassent leurs équivalents d'origine animale en termes de croissance en volume dans des segments clés tels que les produits laitiers et les plats préparés, malgré des écarts de prix persistants.

La croissance en Europe est inégale, certains marchés affichant de solides performances tandis que d'autres restent en retrait.

L'Allemagne est en tête de la croissance, avec des ventes en valeur en hausse de +7,2 % et un volume en hausse de +4,2 % en glissement annuel, tandis que l'Espagne accélère également avec une croissance en valeur de +7,5 %. En revanche, le Royaume-Uni, l'un des plus grands marchés avec 4,5 milliards d'euros, affiche une stagnation, avec un volume en baisse de -0,7 %.

« En France en 2025 les alternatives végétales représentaient un marché de 670M€, en croissance de 9% en valeur et 11% en volume. 54% du marché est réalisé par les boissons végétales, suivies des substituts végétaux du rayon traiteur.

Le potentiel de développement sur ces deux marchés est encore très fort, de même que sur le fromage ou l'ultra frais. Le développement de l'offre en rayon permettra de créer et structurer la demande pour en faire de vrais contre-poids aux produits animaux » indique Emily Mayer, Directrice Business Insights de Circana.

Ces divergences sur les marchés soulignent l'importance croissante des stratégies des industriels en termes d'exécution, de tarification, de pertinence des offres pour stimuler les performances de la catégorie.

### **Santé, alimentation fonctionnelle et valeur nutritionnelle : les moteurs de croissance**

La croissance des produits d'origine végétale sera portée par les nouvelles attentes des consommateurs vis-à-vis de leur alimentation et qui recherchent bien plus que des alternatives à la viande. Ils veulent des produits qui apportent de réels bienfaits nutritionnels, tels que les apports en protéines, en énergie, un confort digestif, de nouvelles fonctionnalités. Parallèlement, des tendances telles que les médicaments à base de GLP-1 encouragent la consommation de repas plus petits et plus riches en nutriments, redéfinissant ainsi les habitudes alimentaires des consommateurs.

Malgré ces changements dans les comportements des consommateurs, les différences de prix entre les protéines d'origine végétale et animale restent un obstacle majeur à leur adoption.

### **Les industriels ne doivent pas « imiter » pour se développer à grande échelle**

L'analyse de Circana souligne que le secteur des aliments et boissons d'origine végétale se trouve à un tournant décisif, où la croissance future dépendra de la capacité des marques et des distributeurs à répondre aux besoins changeants des consommateurs.

Lors de son discours d'ouverture à la conférence Plant FWD, **Ananda Roy, vice-président senior Thought Leadership chez Circana**, a déclaré : « Les aliments et boissons d'origine végétale sont à un moment charnière de leur développement. Si les bases de la croissance sont bien présentes, celle-ci sera boostée par la capacité des industriels à proposer des produits qui s'intègrent dans la consommation quotidienne des consommateurs.

« Nous assistons clairement à un glissement de cette catégorie qui passe des innovations de niche axées sur l'imitation de produits existants vers des produits plus naturels, fonctionnels et accessibles. Les gagnants seront ceux qui parviendront à combler le fossé entre le goût, la valeur nutritionnelle et le prix, et à intégrer de manière naturelle les produits d'origine végétale dans les produits de consommation courante. »

### **Conséquences pour les distributeurs et les industriels**

Pour soutenir la croissance des aliments et des boissons d'origine végétale, Circana met en avant plusieurs axes pour les distributeurs et les industriels des PGC :

- Miser sur l'innovation axée sur le goût pour favoriser la fidélisation des clients,

- Améliorer la compétitivité des prix pour permettre l'adoption par le grand public,
- Mettre en avant des avantages nutritionnels et fonctionnels clairs et crédibles,
- Aller au-delà de simples substituts pour proposer des alternatives végétales plus variées qui s'imposent par elles-mêmes,
- Intégrer le « végétal » dans les rayons conventionnels plutôt que de l'isoler dans une catégorie

Le secteur des aliments et boissons d'origine végétale entre dans une nouvelle phase marquée par une concurrence accrue. Pour les distributeurs et les industriels, le défi ne consiste plus à sensibiliser le consommateur mais à inscrire le végétal dans ses habitudes de consommation.

### **Notes**

Informations extraites du rapport d'analyse de Circana « European market update – Growth FWD: Solving the plant-based growth paradox ».

Source : données POS de Circana provenant de l'UE6 (Royaume-Uni, Allemagne, Italie, Espagne, France et Pays-Bas). Année complète 2025

2 Source : étude Circana Foodservice Sentiment Study W11 dans les BIG 5 (janvier 2025)

### **À propos de Circana**

Circana est un leader dans l'analyse des tendances de consommation. Grâce à une technologie de pointe basée sur l'intelligence artificielle et l'analyse de données prédictive, Circana permet à ses clients - retailers, entreprises de produits de grande consommation – de comprendre le comportement des consommateurs, le marché et la demande. La plateforme technologique Liquid Data™ de Circana s'appuie sur un ensemble de données de qualité et des algorithmes intelligents entraînés sur la base de six décennies d'expertise. Grâce aux insights de Circana, les clients peuvent prendre des mesures immédiates pour faire évoluer leurs stratégies commerciales, inscrire la croissance durablement dans une économie de plus en plus complexe, rapide et en constante évolution. Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.circana.com/fr](http://www.circana.com/fr)