RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté Égalité Fraternité

INSTITUT NATIONAL DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITÉ

cnaol
CONSEIL NATIONAL DES APPELLATIONS D'ORIGINE LAITIÈRES

septembre 2026

Chiffres Clés 2025

Des produits sous signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO)

Produits laitiers AOP et IGP

Les Appellations d'Origine Protégées (AOP)

46 FROMAGES

3 BEURRES

2 CRÈMES

202 109 T (tonnage commercialisé 2025)
+0%
76% au lait cru
CA 2,43 Md €

30 141 T (tonnage commercialisé 2025)
+6%
CA 255,4 M €

7 924 T (tonnage commercialisé 2025)
-1%
CA 45 M €

Lait de vache
pourcentage de lait utilisé en AOP dans la collecte française
9,5%

Lait de chèvre
pourcentage de lait utilisé en AOP dans la collecte française
11,5%

Lait de brebis
pourcentage de lait utilisé en AOP dans la collecte française
30,3%

Indications Géographiques Protégées (IGP)

12 FROMAGES

1 CRÈME

Volume total des produits laitiers IGP :
35 053 T (tonnage 2025)
+5%
CA 390 M €

Lait de vache
pourcentage de lait utilisé en IGP dans la collecte française
1,5%

Lait de brebis
pourcentage de lait utilisé en AOP dans la collecte française
1,1%

Opérateurs engagés dans les filières AOP et IGP

15 030 producteurs de lait

1 282 fermiers

510 ateliers de transformation

335 ateliers d'affinage

www.inao.gouv.fr - www.produits-laitiers-aop.fr

Chiffres clés 2025 - Des produits sous SIQO

Produits laitiers AOP et IGP

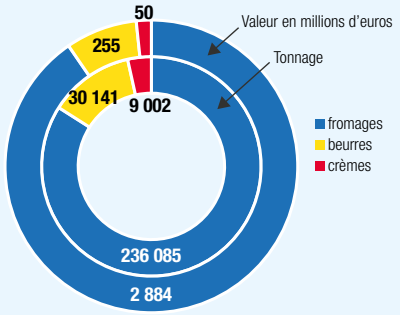
Les Indications Géographiques (IG)

En 2025, 63 produits laitiers bénéficient d'une Indication Géographique : 51 d'une Appellation d'Origine Protégée (AOP) et 13 d'une Indication Géographique Protégée (IGP).

AOP			IGP	
fromages	beurres	crèmes	fromages	crèmes
46	3	2	12	1

En 2025, les volumes de produits laitiers commercialisés sous Indication Géographique s'élèvent à 275 227 tonnes[1] *(nouvelle IGP Pérail incluse)* **pour un chiffre d'affaires estimé à près de 3,2 milliards d'euros HT** sortie fabrication–affinage[2]. Les volumes totaux commercialisés progressent de 1% par rapport à 2024, notamment dû à la labellisation en 2024 d'une nouvelle IGP : le Pérail.

Tonnages et chiffres d'affaires des produits laitiers commercialisés sous IG en 2025



La filière des produits laitiers sous IG rassemble 15 030 producteurs de lait, 1 282 producteurs fermiers, 510 ateliers de transformation et 335 ateliers d'affinage[3]**.**

Les Appellations d'Origine Protégées (AOP)

En 2025, les volumes commercialisés de produits laitiers AOP s'élèvent à **240 174 tonnes**[1]. Ils progressent de 1% par rapport à 2024. Leur chiffre d'affaires est estimé à près de **2,8 milliards** d'euros sortie fabrication-affinage[2].

13 498 producteurs de lait, 1 213 producteurs fermiers, 437 ateliers de transformation et 315 ateliers d'affinage sont engagés dans une ou plusieurs démarches AOP[3].

Parmi les producteurs livreurs, **16%** des éleveurs de vaches laitières**, 65%** des éleveurs de brebis et **13%** des éleveurs de chèvres produisent du lait selon le cahier des charges d'au moins une AOP[4].

Le **tonnage commercialisé de fromages AOP s'élève à 202 109 tonnes** en 2025. Il reste stable par rapport à 2024.

En France, les **fromages AOP** représentent près de **2,5 milliards d'euros** de chiffre d'affaires[2].

	Volume de lait utilisé dans les fabrications laitières AOP en 2025 (en millions de litres)[1] *hors production fermière*	Part de la collecte française de lait[4]
Lait de vache	2 237	9,5%
Lait de chèvre	57	11,5%
Lait de brebis	89	30,3%

Les Indications Géographiques Protégées (IGP)

3 082 producteurs de lait et 90 producteurs fermiers, 99 ateliers de transformation et 40 ateliers d'affinage sont engagés dans une ou plusieurs démarches IGP[3].

Parmi les producteurs livreurs, **4 %** des éleveurs de vaches laitières et **22 %** des éleveurs de brebis produisent du lait selon le cahier des charges d'au moins une IGP[5].

En 2025, les **volumes commercialisés de produits laitiers IGP s'élèvent à 35 053 tonnes**[1] (+5% par rapport à 2024 et +28% par rapport à 2017) dont **2%** sont des **fabrications fermières**.

Le chiffre d'affaires des **produits laitiers IGP** est estimé à **390 millions d'euros** sortie fabrication–affinage[2].

	Volume de lait utilisé dans des fabrications laitières IGP (millions de litres) sans la Cancoillotte[1]	Part de la collecte française de lait[4]
Lait de vache	358	1,5%
Lait de brebis	3,2	1,1%

[1] *Données ODG, enquête annuelle INAO 2025 - traitement CNAOL/INAO* [2] *Données IRI, RNM, ODG - traitement CNAOL* [3] *INAO / INRA-ODR base opérateurs habilités (AOP/IGP)* [4] *EML – France Agrimer*

Les volumes commercialisés des produits laitiers AOP et leur évolution[1]

Fromages AOP au lait de vache	2015 (tonnes)	2023 (tonnes)	2024 (tonnes)	2025 (tonnes)	Evolution 2025/2024	Evolution 2025/2015
Bleu d'Auvergne	4 965	5 277	5 398	5 455	1%	10%
dont fermier	*36*	*134*	*137*	*153*	*12%*	*325%*
Bleu de Gex Haut-Jura	469	466	430	418	-3%	-11%
Bleu des Causses	489	391	355	331	-7%	-32%
dont fermier	*-*	*12*	*13*	*10*	*-22%*	*-*
Bleu du Vercors-Sassenage	346	509	517	481	-7%	39%
dont fermier	*54*	*75*	*83*	*78*	*-6%*	*44%*
Fourme d'Ambert	5 197	5 568	5 464	5 420	-1%	4%
dont fermier	*57*	*151*	*169*	*182*	*8%*	*219%*
Fourme de Montbrison	542	639	614	602	-2%	11%
dont fermier	*7*	*29*	*30*	*28*	*-5%*	*307%*
Total pâtes persillées	**12 008**	**12 849**	**12 778**	**12 707**	**-1%**	**6%**
Abondance	2 818	3 387	3 624	3 580	-1%	27%
dont fermier	*818*	*808*	*787*	*785*	*0%*	*-4%*
Beaufort	5 050	5 275	5 211	5 016	-4%	-1%
Comté	60 309	62 700	65 251	66 649	2%	11%
Total pâtes pressées cuites	**68 177**	**71 362**	**74 086**	**75 245**	**2%**	**10%**
Cantal	13 704	10 828	10 840	10 698	-1%	-22%
dont fermier	*226*	*613*	*616*	*601*	*-2%*	*166%*
Laguiole	666	623	611	576	-6%	-14%
dont fermier	*14*	*31*	*31*	*26*	*-16%*	*86%*
Morbier	9 554	11 185	10 796	11 202	4%	17%
dont fermier	*31*	*64*	*62*	*50*	*-19%*	*64%*
Reblochon	15 658	15 936	15 775	14 728	-7%	-6%
dont fermier	*2 002*	*2 490*	*2 376*	*2 373*	*0%*	*19%*
Saint-Nectaire	13 532	13 834	13 803	13 906	1%	3%
dont fermier	*6 739*	*8 174*	*8 178*	*8 183*	*0%*	*21%*
Salers**	1 391	1 064	1 050	932	-11%	-33%
Tome des Bauges	924	949	875	822	-6%	-11%
dont fermier	*100*	*117*	*113*	*113*	*0%*	*13%*
Total pâtes pressées non cuites	**55 429**	**54 419**	**53 750**	**52 864**	**-2%**	**-5%**
Brie de Meaux	6 229	6 626	6 489	5 876	-9%	-6%
dont fermier	*81*	*120*	*126*	*86*	*-32%*	*6%*
Brie de Melun*	274	189	173	159	-8%	-42%
Camembert de Normandie	5 015	5 410	5 340	5 226	-2%	4%
dont fermier	*72*	*171*	*216*	*226*	*5%*	*214%*
Chaource	2 448	2 436	2 445	2 351	-4%	-4%
dont fermier	*88*	*139*	*139*	*150*	*8%*	*71%*
Epoisses	1 359	1 468	1 457	1 409	-3%	4%
dont fermier	*21*	*32*	*34*	*33*	*-2%*	*58%*
Langres	597	614	643	654	2%	10%
dont fermier	*90*	*88*	*102*	*120*	*18%*	*33%*
Livarot	984	664	674	671	0%	-32%
dont fermier	*20*	*27*	*25*	*22*	*-14%*	*8%*
Maroilles	4 059	4 502	4 543	4 598	1%	13%
dont fermier	*261*	*286*	*327*	*287*	*-12%*	*10%*
Mont d'Or	5 088	5 141	5 471	5 850	7%	15%
dont fermier	*5*	*4*	*4*	*4*	*11%*	*-11%*
Munster	6 414	5 776	5 590	5 554	-1%	-13%
dont fermier	*804*	*703*	*693*	*667*	*-4%*	*-17%*
Neufchâtel	1 702	1 615	1 575	1 598	1%	-6%
dont fermier	*502*	*395*	*399*	*416*	*4%*	*-17%*
Pont-l'Evêque	2 228	2 238	2 127	2 075	-2%	-7%
dont fermier	*90*	*43*	*63*	*62*	*-2%*	*-31%*
Total pâtes molles	**36 397**	**36 679**	**36 527**	**36 022**	**-1%**	**-1%**
Total fromages AOP au lait de vache	**172 011**	**175 309**	**177 141**	**172 669**	**-3%**	**0%**

Fromages AOP au lait de brebis	2015 (tonnes)	2023 (tonnes)	2024 (tonnes)	2025 (tonnes)	Evolution 2025/2024	Evolution 2025/2015
Brocciu	380	407	431	407	-6%	7%
dont fermier	*42*	*144*	*173*	*162*	*-6%*	*286%*
Ossau-Iraty	4 043	4 339	4 499	4 546	1%	12%
dont fermier	*422*	*619*	*572*	*564*	*-1%*	*34%*
Roquefort	16 784	14 436	13 990	13 860	-1%	-17%
Total fromages AOP au lait de brebis	**21 207**	**19 182**	**18 920**	**18 813**	**-1%**	**-11%**

[1] *Données ODG, enquête annuelle INAO - traitement CNAOL/INAO ; PPC : Pâte Pressée Cuite ; PPNC : Pâte Pressée non cuite ; nc : non communiqué *secret statistique sur les données de production fermière ; **fabrications fermières uniquement*

Fromages AOP au lait de chèvre	2015 (tonnes)	2023 (tonnes)	2024 (tonnes)	2025 (tonnes)	Evolution 2025/2024	Evolution 2025/2015
Banon *dont fermier*	75 *14*	85 *16*	74 *16*	84 *15*	14% *-9%*	12% *7%*
Brousse du Rove**		16	16	-	-	
Chabichou du Poitou *dont fermier*	398 *42*	262 *46*	188 *45*	164 *16*	-13% *-64%*	-59% *-62%*
Charolais *dont fermier*	63 *-*	107 *63*	89 *56*	96 *61*	8% *9%*	52% *-*
Chavignol *dont fermier*	774 *243*	723 *203*	656 *180*	661 *189*	1% *5%*	-15% *-22%*
Chevrotin**	66	55	82	69	-16%	5%
Mâconnais *dont fermier*	75 *11*	44 *0*	52 *6*	63 *6*	21% *0%*	-16% *-45%*
Pélardon *dont fermier*	225 *155*	254 *157*	254 *152*	249 *141*	-2% *-7%*	11% *-9%*
Picodon *dont fermier*	487 *92*	456 *146*	439 *149*	447 *148*	2% *-1%*	-8% *61%*
Pouligny-Saint-Pierre *dont fermier*	291 *88*	171 *62*	153 *61*	143 *54*	-6% *-11%*	-51% *-38%*
Rigotte de Condrieu *dont fermier*	93 *24*	41 *30*	32 *32*	33 *33*	2% *2%*	-65% *37%*
Rocamadour *dont fermier*	1 182 *364*	1 312 *421*	1 261 *421*	1 244 *422*	-1% *0%*	5% *16%*
Sainte-Maure de Touraine *dont fermier*	1 606 *431*	1 829 *349*	1 829 *353*	1 925 *350*	5% *-1%*	20% *-19%*
Selles-sur-Cher *dont fermier*	1 007 *190*	1 031 *173*	1 017 *123*	987 *107*	-3% *-13%*	-2% *-44%*
Valençay *dont fermier*	367 *125*	300 *59*	300 *50*	278 *51*	-7% *2%*	-24% -59%
Total fromages AOP au lait de chèvre	**6 709**	**6 670**	**6 442**	**6 459**	**0%**	**-4%**

Total fromages AOP *dont fermier*	**199 927** *15 825*	**201 176** *18 326*	**202 503** *18 244*	**202 109** *17 992*	**0%** *-1%*	**1%** *14%*

Beurres AOP	2015 (tonnes)	2023 (tonnes)	2024 (tonnes)	2025 (tonnes)	Evolution 2025/2024	Evolution 2025/2015
Bresse	257	559	583	589	1%	129%
Charentes-Poitou	24 409	20 934	20 543	22 074	7%	-11%
Isigny	5 804	7 168	7 207	7 478	4%	29%
Total beurres AOP	**30 970**	**28 661**	**28 333**	**30 141**	**6%**	**-3%**

Crèmes AOP	2015 (tonnes)	2023 (tonnes)	2024 (tonnes)	2025 (tonnes)	Evolution 2025/2024	Evolution 2025/2015
Bresse	449	862	916	954	4%	113%
Isigny	5 227	6 999	7 102	6 970	-2%	33%
Total crèmes AOP	**5 676**	**7 861**	**8 018**	**7 924**	**-1%**	**40%**

Total AOP laitières	**236 573**	**237 698**	**238 854**	**240 174**	**1%**	**2%**

Les volumes commercialisés en IGP[1]

Fromages IGP	2017 (tonnes)	2024 (tonnes)	2025 (tonnes)	Evolution 2025/2024	Evolution 2025/2017
Brillat-Savarin	1 560	2 022	2 070	+2%	+33%
Cancoillotte *dont fermier*		6 177 *28*	6 639 *27*	+7% *-3%*	
Emmental de Savoie	2 925	2 381	2 633	+11%	-10%
Emmental français Est-Central IGP-LR	3 196	2 337	2 295	-2%	-28%
Gruyère	2 269	2 737	2 584	-6%	+14%
Pérail *dont fermier*			800 *32*		
Raclette de Savoie *dont fermier*	2 458 *-*	3 372 *54*	3 478 *43*	+3% *-20%*	+41% *-*
Saint-Marcellin *dont fermier*	2 670 *177*	2 757 *53*	2 881 *45*	+4% *-15%*	+8% *-*

Fromages IGP	2017 (tonnes)	2024 (tonnes)	2025 (tonnes)	Evolution 2025/2024	Evolution 2025/2017
Soumaintrain *dont fermier*	177 *-*	146 *47*	137 *43*	-6% *-8%*	-22% *-*
Tomme fraîche de l'Aubrac		1 279	1 351	+ 6%	
Tomme de Savoie *dont fermier*	6 534 *-*	5 987 *445*	5 821 *383*	-3% *-14%*	-11% *-*
Tomme des Pyrénées	2 763	3 138	3 287	+5%	+19%
Total fromages IGP	**24 552**	**32 333**	**33 976**	**+5%**	**+38%**

Crème IGP	2017 (tonnes)	2024 (tonnes)	2025 (tonnes)	Evolution 2025/2024	Evolution 2025/2017
Crème fraîche fluide d'Alsace IGP-LR	2 763	1 049	1 077	+3%	-61%
Total crème IGP	**2 763**	**1 049**	**1 077**	**+3%**	**-61%**

Total IGP laitières	**27 315**	**33 382**	**35 053**	**+5%**	**+28%**

[1] *Données ODG, enquête annuelle INAO - traitement CNAOL/INAO ; ** fabrications fermières uniquement*

Les volumes commercialisés des produits laitiers AOP et leur évolution[1]

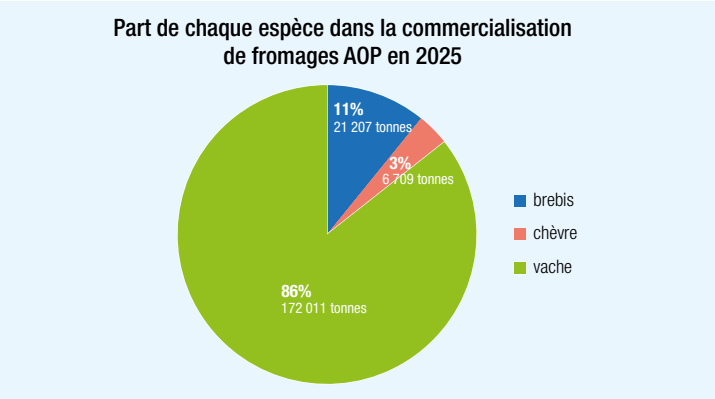
Après trois années de baisse, les volumes commercialisés de produits laitiers AOP retrouvent une dynamique légèrement positive en 2025 (+1%) et atteignent **240 174 tonnes**. Des écarts de dynamiques importants s'observent cependant selon les 3 grands types de produits (fromages, beurres et crèmes).

Les fromages AOP

Les tonnages commercialisés de fromages AOP restent stables en 2025, avec au total **202 109 tonnes de fromages AOP** commercialisés. Les volumes de fromages AOP au lait de vache et au lait de chèvre sont stables, tandis que les fromages au lait de brebis voient leurs volumes à nouveau réduire de 1%, comme en 2025.

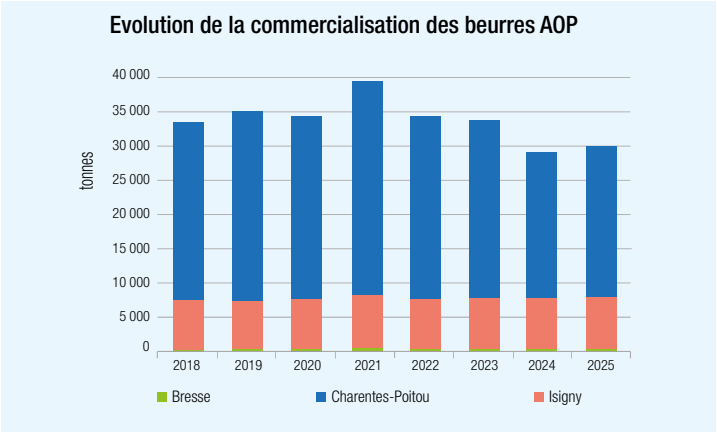
Sur ces dix dernières années, les ventes de fromages AOP affichent une progression qui s'est réduite à 1%.

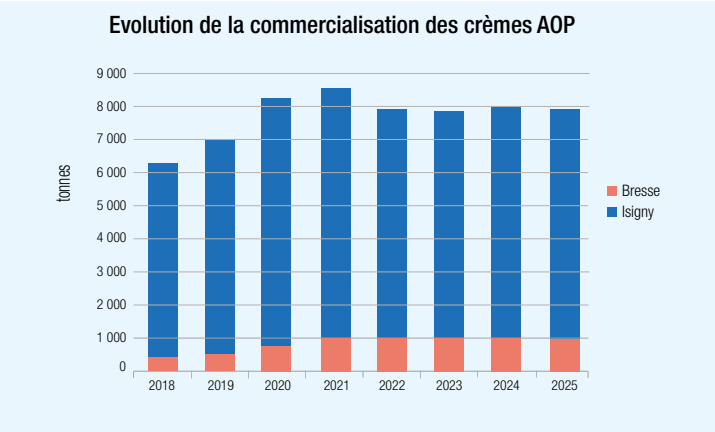
Les fromages AOP au lait de vache représentent 86% des volumes commercialisés, contre 11% pour les brebis et 3% pour les chèvres.



Les fromages AOP représentent en 2025 :

- 17,3% des fabrications de fromages au lait de vache en volumes (hors fromages fondus, fromages frais, et fromages à pâtes filées)[4]
- 6,6% des fabrications de fromages pur lait de chèvre[4]
- 31,6% des fabrications de fromages pur lait de brebis[4]





Les beurres AOP

Après trois années de baisse, la commercialisation de beurres AOP reprend en 2025, avec +6% de tonnages commercialisés. **Les trois appellations totalisent 30 141 tonnes commercialisées, soit 8% de la production nationale de beurre.**

Entre 2024 et 2025, les trois beurres AOP affichent une progression de leurs volumes, y compris le Beurre Charentes-Poitou, qui progresse de +7%. Cette AOP représente 73% des volumes de beurre AOP.

Les crèmes AOP

Après une année 2024 positive, la commercialisation de crèmes AOP retrouve une dynamique légèrement négative en 2025, avec -1% de volumes commercialisés. **Elle atteint 7 924 tonnes**, ce qui représente 6% des volumes de crème fraîche (>=30% MG) fabriqués en France en 2025[4]. La Crème d'Isigny compte pour 88 % des volumes de crèmes AOP commercialisés.

Ce segment a progressé de 40% sur ces dix dernières années.

Les fromages AOP par technologie[1]

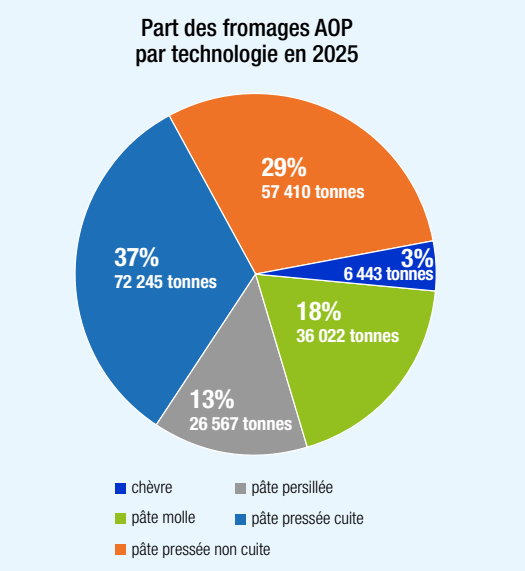
La répartition des différents types de pâtes dans la commercialisation totale des AOP reste stable.

Deux familles de fromages totalisent deux-tiers des volumes commercialisés : les pâtes pressées cuites (PPC : 37%) et les pâtes pressées non cuites (PPNC : 29%).

La famille des PPC, qui représente le plus gros tonnage avec 75 245 tonnes, est à nouveau en progression en 2025 (+2%). Le Comté totalise 88% des volumes de cette catégorie. En dix ans, la commercialisation de pâtes pressées cuites a progressé de 10%.

La commercialisation des PPNC poursuit son recul en 2025 (-1%), et atteint 57 410t. Les volumes de PPNC AOP sont sous le niveau des volumes produits dix ans auparavant. Les dynamiques individuelles sont assez variables. Certains produits ont des volumes en progression en 2025 : le Morbier (+4%), l'Ossau Iraty (+1%) et le Saint-Nectaire (+1%). A l'inverse, d'autres présentent une baisse substantielle : Salers (-11%), Reblochon (-7%), Laguiole et Tome des Bauges (-6%).

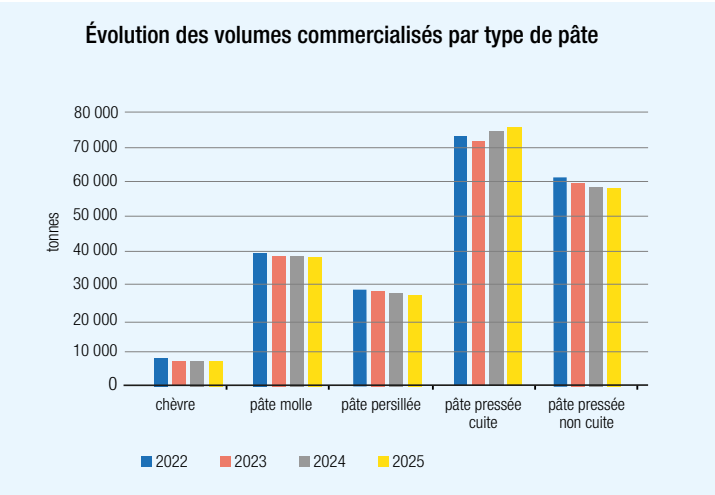
Les volumes de pâtes persillées, eux aussi, continuent à baisser en 2025 (-1%), poursuivant une dynamique de régression engagée depuis plusieurs années (-8% de volumes sur les 10 dernières années). Ils atteignent 26 567 tonnes. Une baisse plus marquée est observée sur le Bleu des Causses (-7%) et le Bleu du Vercors-Sassenage (-7%). Cependant, la reprise des volumes se poursuit pour le Bleu d'Auvergne (+1%).



[1] *Données ODG, enquête annuelle INAO - traitement CNAOL/INAO*

Les volumes commercialisés de pâtes molles restent globalement stables (-1%) et s'élèvent à 36 022t. A noter à nouveau cette année une belle progression des volumes pour le Mont d'Or (+7%) et à l'inverse une baisse substantielle pour le Brie de Meaux (-9%), le Brie de Melun (-8%) et le Chaource (-4%). Ce segment est au global resté stable sur les dix dernières années.

Les fromages de chèvre AOP, quant à eux, affichent une stabilisation en 2025, après plusieurs années de baisse, et les volumes commercialisés s'élèvent à 6 443t. Cela ne reflète pas cependant des situations très contrastées selon les fromages. Tandis que certains fromages de chèvre présentent une forte baisse en 2025 (Chevrotin -16%, Chabichou du Poitou -13%, Valençay -7%, Pouligny-Saint-Pierre -6%) certains sont au contraire en forte progression (Mâconnais +21%, Banon +14%, Charolais +8%).

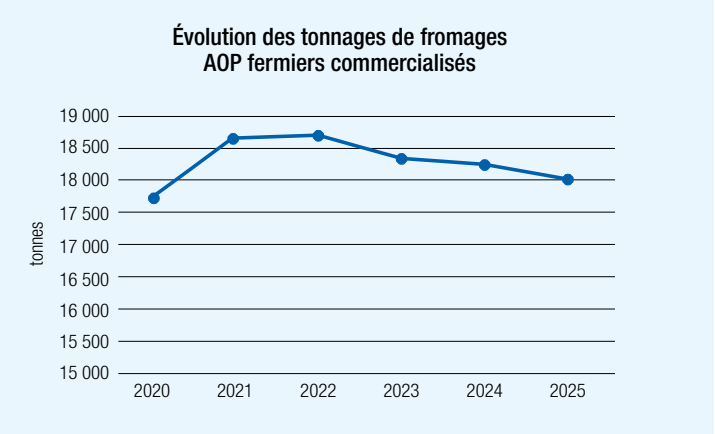


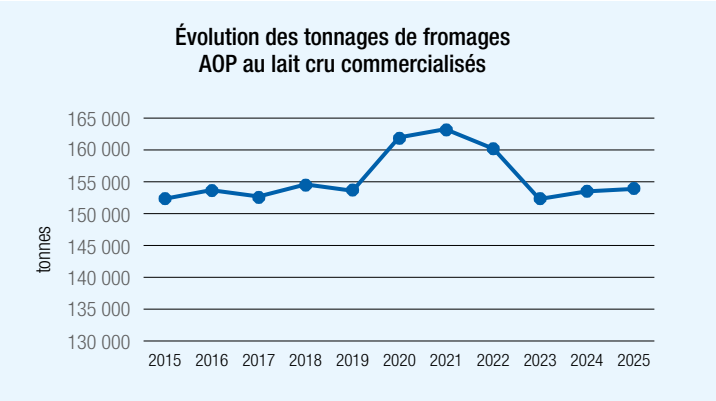
Évolution des volumes commercialisés en AOP de fromages au lait cru et de fromages fermiers[1]

En 2025, **7,5% des fromages AOP sont fermiers** et le tonnage fermier commercialisé s'établit au total à **17 992 tonnes**, en baisse de 1% par rapport à 2024.

41 des 46 appellations fromagères revendiquent une part de production fermière. Trois appellations sont exclusivement fermières : le Salers, le Chevrotin et la Brousse du Rove. En tonnage, les trois premières appellations fermières sont le Saint-Nectaire (8 183t), le Reblochon (2 373t) et le Salers (932t).

Les dynamiques sont à nouveau très contrastées selon les filières. Quelques produits maintiennent une progression de leurs volumes fermiers, notamment le Langres (+18%), le Mont d'Or (+11%), le Charolais (+9%), le Chaource (+8%), mais nombreux sont les produits dont la production fermière souffre : Chabichou du Poitou -64%, Brie de Meaux -32%, Bleu des Causses -22%, Morbier -19%, Laguiole -16%, Chevrotin -16%, Livarot -14%.





Les fromages AOP sont majoritairement fabriqués au lait cru. Les fromages AOP au lait cru totalisent en 2025 une production de **154 587 tonnes** et représentent **76 % de l'ensemble des fromages AOP**.

Les tonnages au lait cru restent à nouveau stables en 2025. Certains produits AOP affichent une belle progression de leurs volumes en lait cru (Mâconnais +21%, Banon +14%, Langres +18%, Chaource et Munster +8%), mais la plupart des autres productions au lait cru sont en baisse, en particulier le Bleu des Causses (-22%), le Chevrotin (-16%), le Chabichou du Poitou (-13%) et le Salers (-11%).

28 fromages AOP sont exclusivement au lait cru. 100% des AOP caprines sont fabriquées au lait cru.

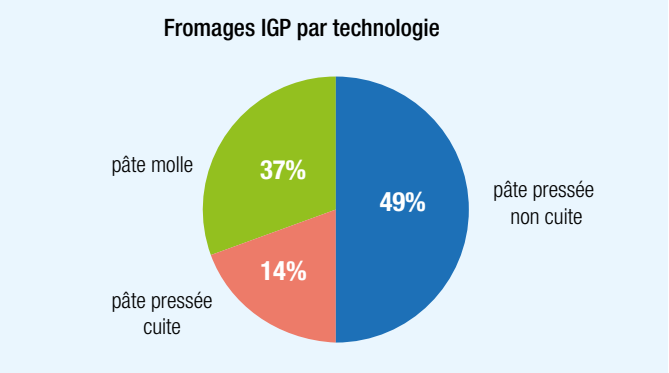
Technologie, lait cru et production fermière dans les fromages IGP[1]

Les 13 IGP laitières sont exclusivement fabriquées avec du lait de vache.

En 2025, les pâtes pressées cuites IGP sont en baisse de 4%, tandis que les volumes de pâtes pressées non cuites et de pâtes molles retrouvent une dynamique positive (respectivement +3% et +13% ; à nuancer cependant par la labellisation d'un nouveau produit : le Pérail).

Avec 573 tonnes produites en 2025, la production fermière IGP régresse de 9% en 2024 et représente 2% de la production totale de fromages IGP.

Le Soumaintrain est produit pour 31% au lait cru et fermier. C'est le fromage IGP avec la plus grande part de production fermière, même si, en valeur absolue, c'est la Tomme de Savoie qui domine la production fermière avec 383 tonnes en 2025 (en baisse de 14% par rapport à 2024).



[1] *Données ODG, enquête annuelle INAO - traitement CNAOL/INAO*

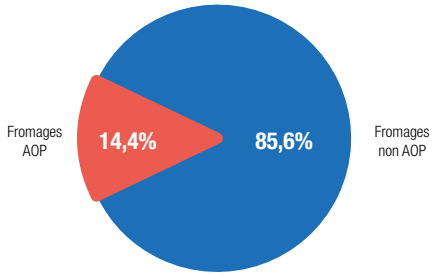
Marché des fromages AOP[6]

Evolution des ventes de fromages (hors fromages blancs) en GMS et Hard Discount entre 2024 et 2025

	Ventes 2024		Ventes 2025		Evolution 2025/2024	
	en tonnes	en 1000 €	en tonnes	en 1000 €	en volumes	en 1000 €
Fromages AOC/AOP	125 262	2 224 971	126 203	2 269 947	+0,8%	+2%
Fromages non AOC/AOP	747 452	8 048 494	751 029	8 147 751	+0,5%	+1,2%
TOTAL	872 714	10 273 465	877 233	10 417 699		
Part des AOC/AOP	14%	22%	14%	22%		

Après plusieurs années de baisse, les volumes de ventes de fromages AOP en GMS et hard-discount se stabilisent sur l'année 2025, ainsi que ceux des fromages non-AOP. En termes de valeur, les ventes de fromages AOP progressent de 2% et celles des fromages non-AOP de 1,2%.

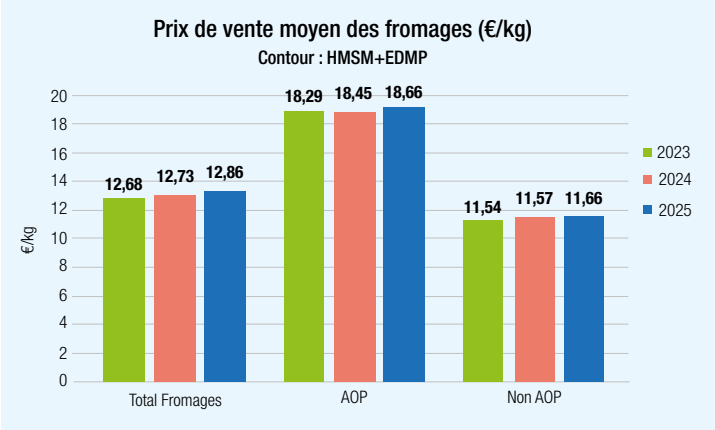
La part de marché des fromages AOP au sein de la catégorie fromages représente 14% des fromages en volume et 22% en valeur.



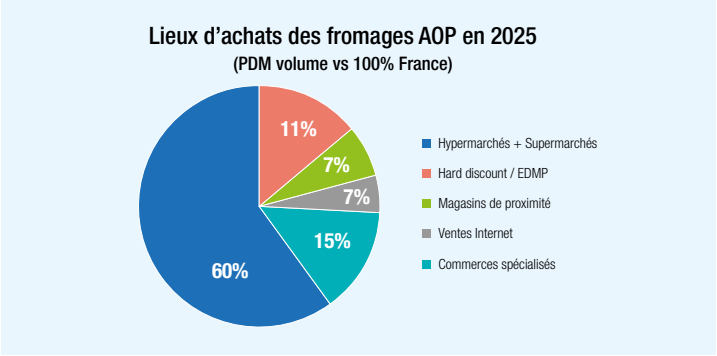
Prix de vente moyen des fromages AOP[7]

Les prix de vente des fromages AOP progressent à nouveau entre 2024 et 2025 (+2%) de même que ceux des fromages non-AOP (+1%).

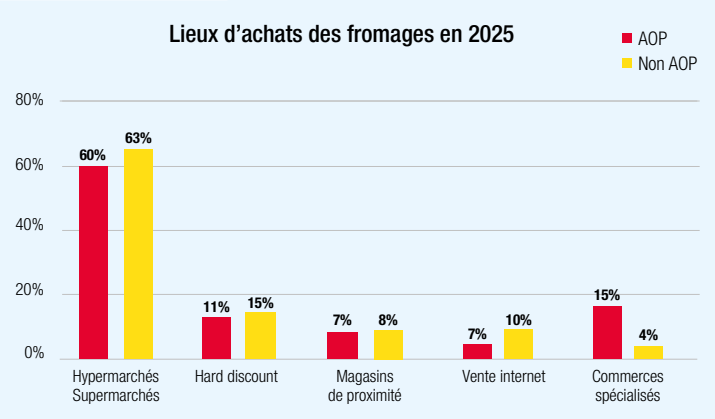
En 2025, les fromages AOP se vendent en moyenne 5,8€/kg de plus que les non-AOP.



Lieux d'achats des fromages AOP[6]



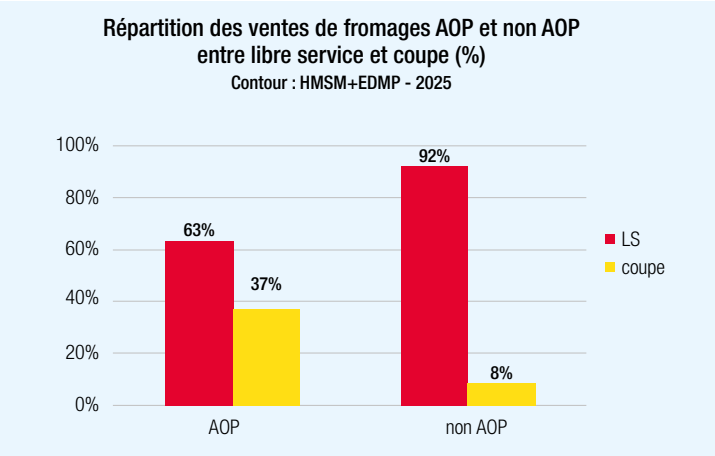
Les ventes de fromages AOP et non-AOP sont majoritairement réalisées en hyper et supermarchés (60% pour les AOP et 63% pour les non-AOP). Cependant, le secteur des fromages AOP se distingue par une proportion commercialisée en commerces spécialisés (crèmeries-fromageries) plus importante (15%) que pour les non-AOP (4%) et inversement une part plus faible commercialisée en hypermarché et supermarché.



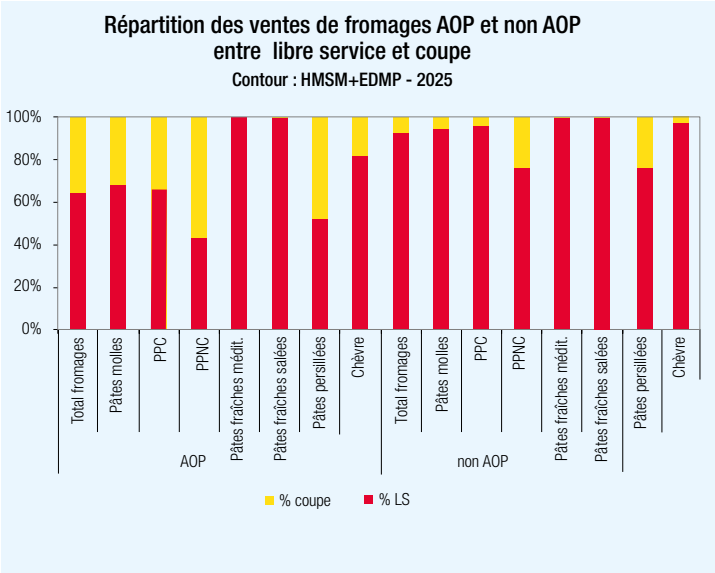
Sur les six dernières années, pour les ventes de fromages AOP, la part de marché des Hyper et Super a diminué de 4,5 points, au profit des ventes internet (+3,4) et magasins spécialisés (+1,3).

[6] Panel Kantar Worldpanel 2025, [7] Panel IRI/CIRCANA CNIEL 2025

Répartition des ventes de fromages AOP par rayon[7]



Les ventes réalisées en GMS et hard discount se répartissent entre libre-service (LS) et coupe. Pour les fromages AOP, cette répartition est respectivement de 63% et 37%. A noter en 2025 une légère baisse du poids de la coupe dans les ventes de fromages AOP. La part de la coupe dans les ventes de fromages AOP reste plus de quatre fois plus importante que pour les fromages non-AOP, qui sont vendus à 92% en LS et à 8% seulement à la coupe.



Les tendances sont différentes d'une catégorie de produits à l'autre. Les fromages frais AOP, les fromages AOP au lait de chèvre sont les plus vendus en LS, à hauteur de 100% et 80% de leur volume. Les pâtes molles et les PPC sont majoritairement vendues en LS, mais dans des proportions moindres (respectivement 67% et 65%). Les pâtes persillées AOP sont vendues à des niveaux proches entre LS et coupe. Les PPNC quant à elles se commercialisent davantage en rayon coupe (59%).

Caractérisation des consommateurs de fromages AOP[6]

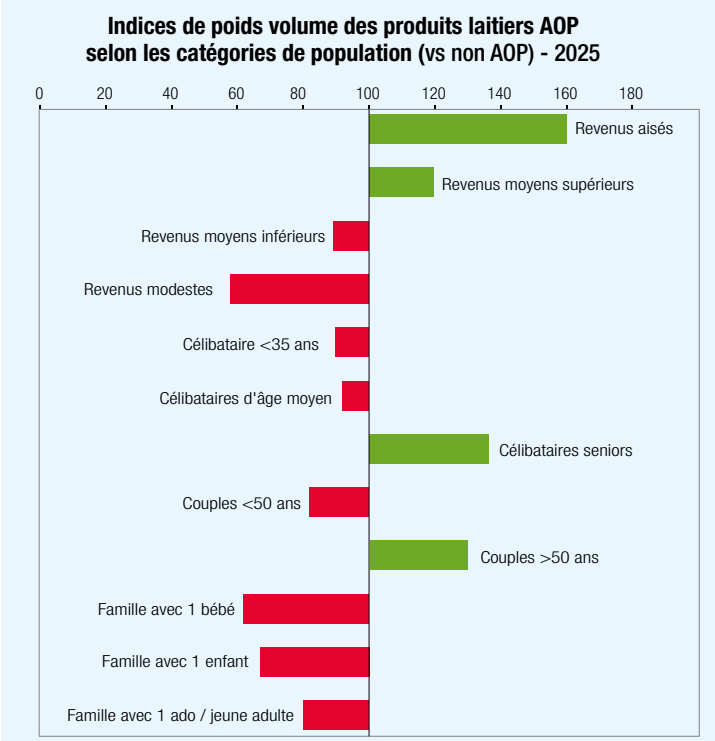
La consommation de fromage est une habitude assez transversale de la population française. Elle n'est pas caractéristique d'une catégorie de population.

En revanche, la consommation de fromages AOP est le fait de profils de consommateurs plus spécifiques.

Le critère de revenu est déterminant dans la consommation de fromages AOP. Les revenus moyens supérieurs et aisés consomment significativement plus que les foyers à revenus plus modestes.

L'âge apparaît également comme un facteur important. La consommation de fromages AOP est significativement plus forte chez les plus de 50 ans et les seniors célibataires, tandis qu'elle est plus faible chez les célibataires de moins de 35 ans et d'âge moyen.

Enfin, les caractéristiques de la cellule familiale impactent les usages, en particulier pour les foyers avec enfants, dont la consommation de fromages AOP est significativement plus faible, en particulier dans les premiers âges du bébé.



Lecture : Le graphique ci-contre illustre le poids volume d'une population en AOP vs son poids en France, tous circuits de distribution confondus. L'approche est construite sur des indices relatifs, si une catégorie sociale représente 10% de la population et consomme 10% de la consommation totale de fromage AOP alors son indice est 100. Les clientèles qui surconsomment ont ainsi un indice supérieur à 100 et inversement.

[6] *Panel Kantar Worldpanel 2025,* [7] *Panel IRI/CIRCANA CNIEL 2025*

Marché des beurres AOP[7]

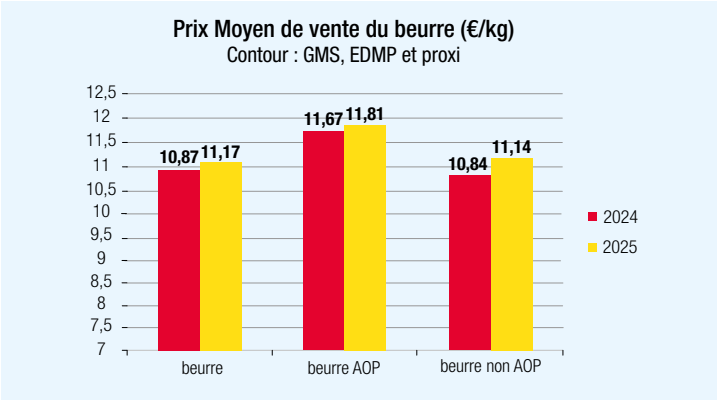
Après une année 2024 positive, les volumes de ventes de beurre AOP en GMS, HD et Drive retrouvent une dynamique baissière en 2025 et s'élèvent à 6 621t (-1,4% par rapport à 2024), dans la même tendance que les ventes de beurres non-AOP (-1,3%). Les ventes en valeur se stabilisent pour les beurres AOP et progressent de 1,4% pour les beurres non-AOP.

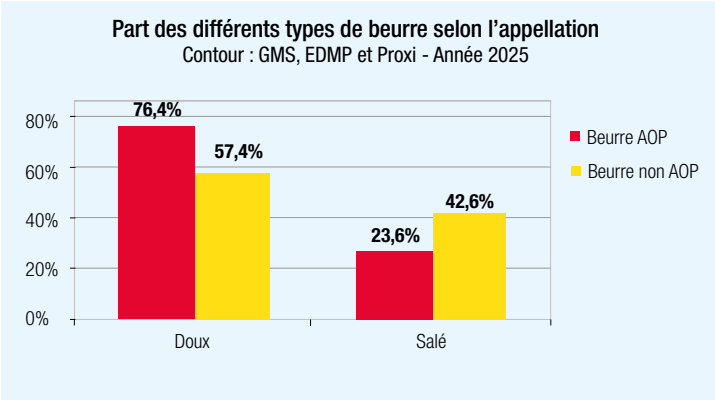
Les prix de vente continuent d'augmenter (+0,30€ pour les beurres AOP, +0,14€ pour les beurres non-AOP).

La part de marché des beurres AOP reste stable : 4,3% en volume et 4,6% en valeur.

Evolution des ventes en GMS, Hard Discount et Drive entre 2024 et 2025

	Ventes 2024		Ventes 2025		Évolution 2025/2024	
	en tonnes	en 1000€	en tonnes	en 1000€	en volumes	en valeur
Beurres AOP	6 712	78 306	6 621	78 207	-1,4%	-0,1%
Beurres non AOP	148 563	1 610 261	146 607	1 633 060	-1,3%	+1,4%
TOTAL	155 284	1 688 707	153 228	1 711 266		
Part des AOP	4,3%	4,6%	4,3%	4,6%		





Les beurres AOP sont principalement des beurres doux, cette catégorie représente plus de 76% des ventes pour les appellations contre 57% hors appellation.

Marché des crèmes AOP[7]

Evolution des ventes en GMS, Hard Discount et Drive entre 2024 et 2025

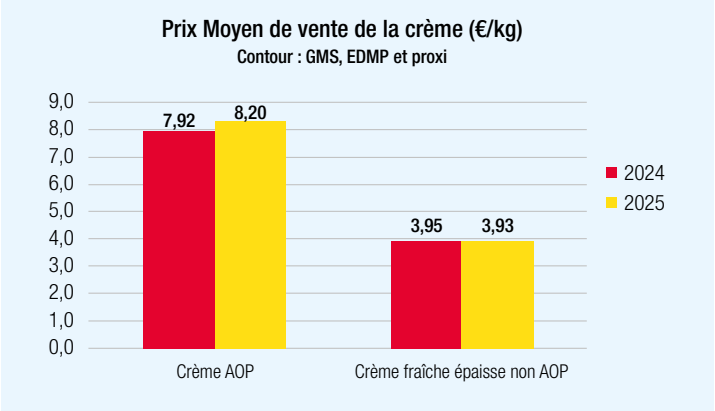
	Ventes 2024		Ventes 2025		Évolution 2025/2024	
	en tonnes	en 1 000€	en tonnes	en 1 000€	en volumes	en valeur
Crèmes AOP	5 166	40 940	5 248	43 007	1,6%	5,0%
Crèmes fraîches épaisses non AOP	105 597	417 195	105 379	414 325	-0,2%	-0,7%
TOTAL crèmes fraîches épaisses	110 763	458 135	110 626	457 331	-0,1%	-0,2%
Part des AOP	5%	9%	5%	9%		

La dénomination crème couvre une large gamme de produits. Les crèmes sous appellations étant seulement des crèmes fraîches épaisses, c'est à cette catégorie que nous les comparons ici.

En 2025, la part des crèmes AOP dans le tonnage total de crèmes fraîches épaisses commercialisées est à nouveau de 5%, comme en 2024.

Tandis que les ventes globales de crème fraîche épaisse en hyper, supermarchés, drive et hard discount se stabilisent en 2025, les crèmes AOP affichent quant à elles une reprise, tant en volume (+1,6%) qu'en valeur (+5%).

Les prix de vente moyens des crèmes non-AOP restent stables, tandis que ceux des crèmes AOP continuent de progresser (+3,4%). Les crèmes AOP sont commercialisées à un prix plus de deux fois supérieur aux crèmes fraîches épaisses non-AOP.



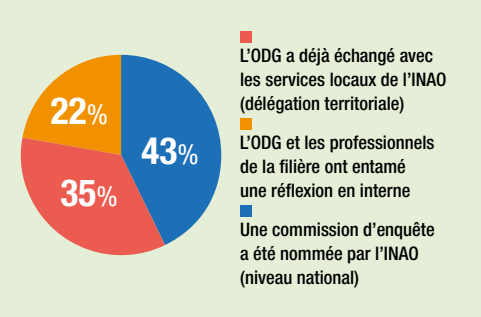
[7] *Panel IRI/CIRCANA CNIEL 2025*

ZOOM SUR DÉMARCHE AOP LAITIÈRES DURABLES : LE BILAN 5 ANS APRÈS LE DÉPLOIEMENT

Les indicateurs de la démarches AOP laitières durables[8]

Depuis septembre 2022, les AOP laitières ont poursuivi le travail engagé dans le cadre de la démarche AOP laitières durables. Pour mémoire cette démarche définit 18 objectifs pour lesquels chaque AOP laitière s'est engagée à apporter une réponse d'ici 2030. Celle-ci peut se traduire par des modifications de cahier des charges intégrant des mesures de durabilité ou par des actions conduites en dehors de ce dernier à l'échelle collective.

Une enquête réalisée en septembre 2025 auprès des AOP et des IGP laitières révèle que **68% d'entre elles ont entamé une réflexion sur la réouverture de leur cahier des charges.** Ces filières en sont à des stades variés : réflexions internes, premiers échanges avec l'INAO, nomination d'une commission d'enquête. Les principaux sujets abordés relèvent des volets social et environnemental en lien avec l'adaptation au changement climatique, le bien-être animal et les attentes sociétales de manière plus générale.



A mi-parcours, une série d'indicateurs vient compléter les chiffres clés présentés précédemment afin de mieux qualifier la durabilité de ces filières et de définir un T0 pour suivre l'évolution de ces indicateurs. Ces derniers ont été collectés auprès des ODG pour l'année 2024. L'ambition fixée par le CNAOL est de pouvoir suivre l'évolution de ces indicateurs pour consolider la démarche AOP laitières durables et adapter l'accompagnement du Cnaol aux besoins des filières.

Les piliers social et environnemental illustrés en quelques chiffres[8]

Le premier objectif du pilier social de la démarche est de faire vivre le territoire. Cette vitalité s'illustre par la contribution des AOP laitières au dynamisme territorial. En moyenne, chaque AOP participe ou organise un peu plus de **12 évènements de promotion** sur les territoires, soit **plus de 550 évènements recensés au global** (Fête des fromages de Savoie, Foire de Chalons, animation en stations de ski, etc.).

L'implication des professionnels de ces filières (producteurs de lait, salariés des entreprises de fabrication ou d'affinage) au service de la vie du collectif peut se compter en nombre moyen de jours accordés au collectif. En 2024, **les professionnels ont accordé 83 jours pour leur AOP en moyenne** pour participer aux réunions décisionnaires de ces filières.

Un des enjeux du label AOP est de pérenniser les modes d'élevage traditionnels. Pour cela on recense **38 actions mises en place en faveur du maintien ou du développement des races locales**. Intégration de mesures dans le cahier des charges, mise en place de projets pour accompagner les éleveurs ou organisation de formations, ces actions peuvent prendre différentes formes selon les filières. Concernant le pilier environnemental, **50% des ODG ont intégré des mesures pour encadrer la fertilisation** dans leur cahier des charges. Malgré les difficultés d'accès à ces données, en 2024 **50% des ODG recensaient la réalisation d'au moins une action en faveur des économies d'énergies ou de la gestion de l'eau.** Ces actions peuvent être mises en œuvre par les ODG ou par les opérateurs directement. Dans ce cas, il est plus difficile d'avoir une vision globale pour les ODG car même si ce sont des actions collectives elles sont réalisées à une échelle plus restreinte. Il se peut donc, que ce chiffre soit sous-évalué.

Enfin, la qualité organoleptique des produits est une des principales garanties portées par le label AOP. Pour s'en assurer, plus de **3 400 produits qui sont dégustés par an**. En moyenne **97% des opérateurs sont contrôlés tous les ans**, la grande majorité d'entre eux est vue plusieurs fois par an pour garantir la régularité qualitative des produits mis sur le marché tout au long de l'année.

558	83	38	3 400	97%
Évènements de promotion dans les territoires	Jours passés par les professionnel en moyenne pour leur AOP	Actions mises en place en faveur du maintien ou du développement des races locales	Fromages, beurres et crèmes AOP dégustés par an	Des opérateurs contrôlés tous les ans

Des indicateurs économiques en complément des chiffres clés[8]

En complément des précédents chiffres clés, le volet économique peut s'illustrer par d'autres informations comme le soutien des opérateurs pour produire en AOP. **Plus de 70% des filières organisent des actions d'appui à la production en AOP. Ces actions touchent en moyenne 19 opérateurs** et participent à la transmission des savoir-faire et à l'accompagnement que proposent les ODG. On dénombre **169 actions d'accompagnement en 2024**, organisées par les ODG ou par des structures partenaires toujours en lien avec la production sous SIQO.

D'après un premier recensement non exhaustif, on compterait **au moins 1 690 points de vente gérés par des opérateurs en AOP laitières** (point de vente à la ferme, magasin de coopérative, etc.). Une étude spécifique serait nécessaire pour préciser ce chiffre car l'information est difficilement accessible.

Par ailleurs, ce sont **65% des ODG qui ont mis en place un observatoire économique** pour le suivi de leur filière et **21% qui assurent le suivi de la notoriété de leur produit.** Le précédent zoom sur la démarche AOP laitières durables avait révélé la difficulté pour les filières de travailler le volet économique. Ce constat se confirme dans le suivi de ces indicateurs.

169	19	65%	21%
Actions d'appui à la production en AOP organisées	Opérateurs touchés par action en moyenne	des ODG ont un observatoire économique dédié à leur AOP	des ODG assurent le suivi de la notoriété de leur produit

[8] *Sondage CNAOL auprès des ODG, 2026*

Le retour d'expérience des ODG sur la démarche

Au cours de l'année 2026, plusieurs ODG ont réalisé le bilan de l'avancement de leur plan d'actions et leurs retours confortent l'intérêt d'un travail collectif comme celui-ci.

> “ La grille AOP laitières durables a servi pour redonner du sens, sensibiliser les opérateurs, créer du lien et renforcer le sentiment d'appartenance.”
>
> **ERIC SADOUX**

Les animateurs s'étant prêtés au jeu y ont trouvé différents intérêts : mettre en avant ce qui a été fait, identifier les freins ou identifier les sujets qui méritent plus d'attention ou de temps de préparation.

> “ La réalisation du bilan permet de valoriser ce qui a été fait et a incité à la mobilisation des 4 familles. Les échanges en interne ont aussi abouti à la création d'un GT RSE.”
>
> **ZOÉ CADILHAC**

> “ J'avais préparé le bilan pour le présenter à l'AG et c'était très intéressant de faire le lien avec la démarche durabilité en cours en Brie de Meaux et Brie de Melun, ça permet aussi d'identifier les freins plus clairement sur les enjeux en cours”
>
> **BENOIT GOURDON**

Au-delà des conséquences de la démarche sur le fonctionnement des ODG et leurs réflexions, la réalisation de ce bilan permet de mettre en lumière des actions concrètes et de les partager entre ODG. A date, seuls quelques volontaires ont réalisé ce travail mais il est question de le généraliser pour faire remonter à la fois des éléments qualitatifs pour enrichir les partages d'expérience mais aussi des éléments quantitatifs pour évaluer l'avancement de la démarche.

> “ En faisant le bilan on se rend compte que beaucoup de sujets sont communs à plusieurs filières des Savoie et dans ce cas ils ont été traités en collectif via l'AFTAlp.”
>
> **ZOÉ CADILHAC**

> “Si on fait le bilan on peut lister dans les tops la création d'un groupe de travail sur le lait cru et la création d'une formation, l'élaboration d'un kit pédagogique et la réouverture du cahier des charges. Du côté des difficultés, il est parfois difficile de trouver des consensus, on n'a pas toujours d'orientations claires. Il y a aussi des freins financiers.”
>
> **CAMILLE LAVAYSSIÈRES**

Notoriété et compréhension du label AOP[9]

Le label AOP repose sur des fondamentaux très diverses et apporte une réponse très solide à différentes attentes du consommateur. C'est évidemment une grande force, mais cela constitue également un challenge en termes de communication auprès des consommateurs. Faire comprendre de manière pédagogique et simple l'ensemble de ces promesses au consommateur reste un travail complexe et sur le long terme, qui porte progressivement ses fruits mais nécessite de poursuivre encore l'information et la pédagogie.

29% des consommateurs connaissent et formulent les notions « Appellation d'Origine Protégée » ou « Appellation d'Origine Contrôlée ».

Les principaux fondamentaux du label AOP sont bien identifiés par les consommateurs :

- **63% associent l'AOP à une origine géographique**, un territoire spécifique
- **44% à un savoir-faire traditionnel**
- **43% au respect d'un cahier des charges strict**

Reste encore de la marge de progrès sur certaines promesses, telles que :

- les contrôles officiels chez les producteurs (identifiés par 35% des français)
- le goût typique (16%)

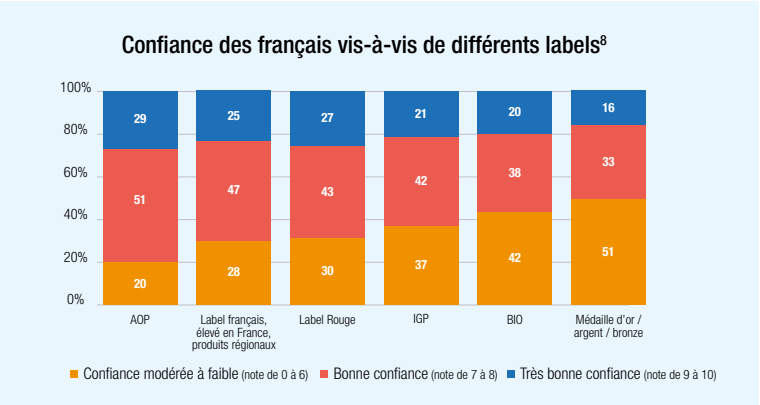
61% ne savent pas qui délivre ou contrôle le label. **70%** souhaitent être davantage informés sur le label AOP.

Un capital de confiance très solide[9]

80% des français ont une bonne voire très bonne confiance vis-à-vis du label AOP, ce qui en fait un des labels les plus crédibles et rassurants du marché.

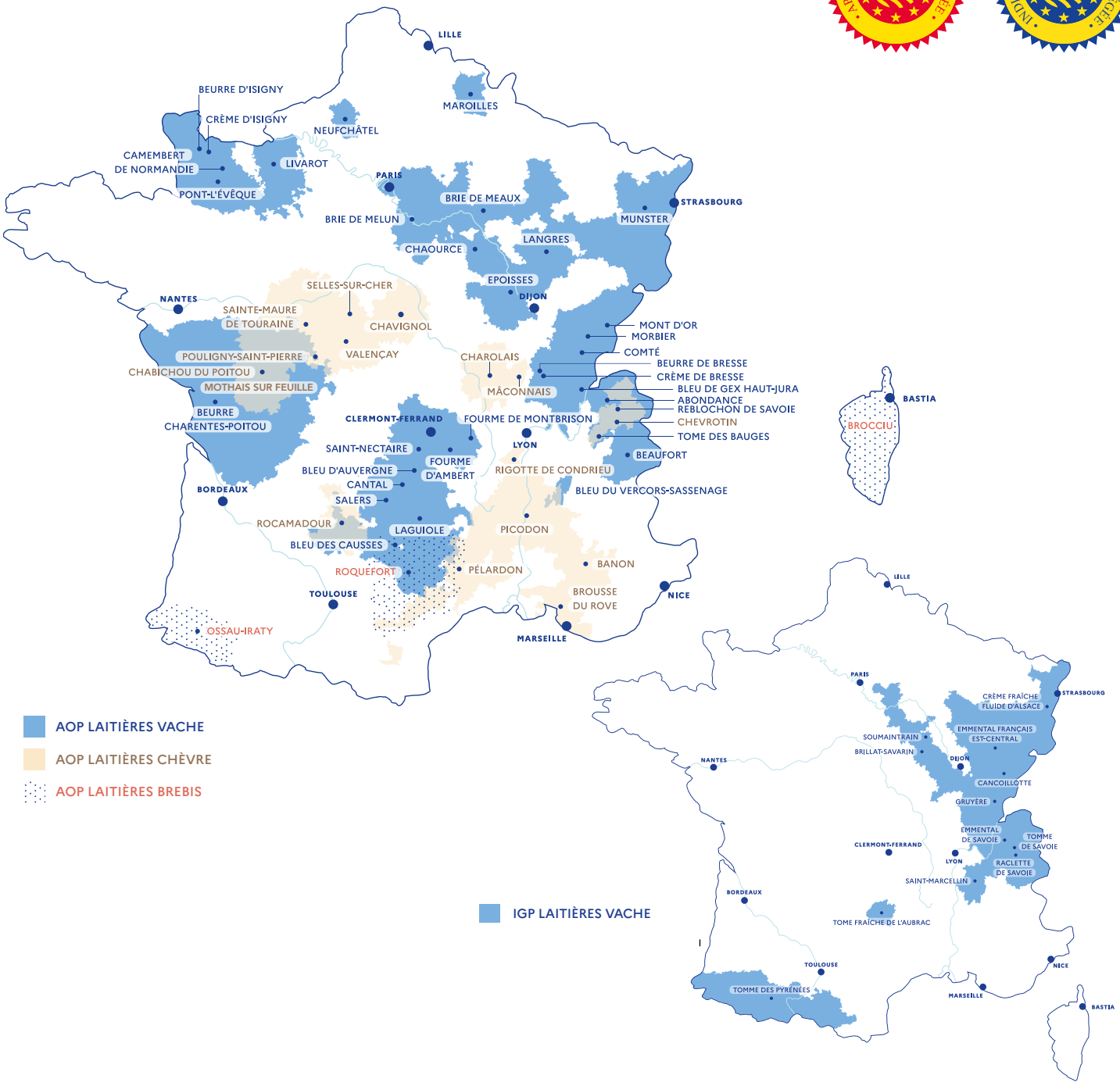
Cette confiance repose principalement sur :

- le savoir-faire
- la rigueur des contrôles
- la qualité et l'authenticité
- la traçabilité des produits.



[9] *Panel Kantar 2026*

Cartes de France des produits laitiers AOP et IGP



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

INSTITUT NATIONAL DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITÉ

www.inao.gouv.fr - www.produits-laitiers-aop.fr

CNAOL : 42 rue de Chateaudun, 75314 Paris Cedex 09
INAO : 12 rue Henri Rol-Tanguy, 93555 Montreuil Cedex

Contacts : jdecastro@cniel.com ; u.motti@inao.gouv.fr

cnaol
CONSEIL NATIONAL DES APPELLATIONS D'ORIGINE LAITIÈRES

Tous les ans au printemps, l'INAO conduit auprès des ODG laitiers une enquête sur leurs statistiques de production. Le CNAOL et l'INAO assurent le traitement de ces données ainsi que leur analyse en les croisant avec celles de l'Observatoire des Données du milieu Rural de l'INRAE, de l'enquête annuelle laitière du SSP, et des données issues des Panels Circana et Kantar Worldpanel suivies par le CNIEL.

Document réalisé par Julia De Castro (CNAOL), Ugo Motti (INAO) sur la base des données 2025 de l'enquête INAO conduite au printemps 2026.
Avec la collaboration de Guylène Tillard, Romain Le Texier et l'équipe graphique du CNIEL.

Avec nos remerciements aux ODG laitiers qui nous ont fourni de nombreuses données.