MARCHÉ FRANÇAIS • ÉDITION 2026

Le marché des œufs en France

2,19 Md€
Ventes GMS • CAM juin 2026

237
Œufs/habitant • 2025

Marché, consommation, production et acteurs. Étude publiée en 2026.

Aperçu PDF **Marché français** **Édition 2026**



Illustration de Sharon Snider via Pexels

Objet de l’étude

Comment s’organise la filière des œufs en France ?

Marché, consommation, production et acteurs. Étude publiée en 2026.

2,19 Md€
Ventes GMS • CAM juin 2026

237
Œufs/habitant • 2025

77 %
Pondeuses hors cage • fin 2025

+27,4 %
Dépenses des ménages à domicile

Ventes GMS à juin 2026, consommation totale par habitant en 2025, pondeuses hors cage fin 2025 et dépenses à domicile 2022–2025 : mesures distinctes.

01 **Comment évoluent la demande et la production ?**

Le rapport distingue la taille du marché, les achats et la consommation. Il relie les comportements des ménages aux transformations de la production française.

02 **Comment se forment les prix et les coûts ?**

Prix, économie de la filière et chaîne de valeur sont examinés ensemble. La distribution, les approvisionnements et le commerce extérieur complètent cette lecture.

03 **Quels acteurs et quelles règles pour l’offre ?**

L’étude analyse la concurrence et les mouvements des entreprises. Les règles, la segmentation et les fiches des acteurs permettent de situer les modèles de développement.

Sommaire de l’étude publiée

Synthèse incluse • 9 chapitres publiés • Une sous-section présentée par chapitre

1. Taille du marché et dynamique de la demande

Un marché qui relie les boîtes d’œufs et les ingrédients alimentaires

2. Transformation de la production française

Le hors cage représente plus des trois quarts du cheptel

3. Consommateurs et comportements d’achat

Un achat courant avec un panier de faible montant

4. Prix et économie de la filière

Les modes d’élevage dessinent des niveaux de prix distincts

5. Chaîne de valeur et distribution

Deux circuits organisent le passage de l’élevage au client

6. Commerce extérieur et approvisionnements

Le déficit des œufs coquille dépasse l’excédent des ovoproduits

7. Concurrence et mouvements des acteurs

Le classement des marques ne décrit pas tout le marché

8. Règles qui structurent l’offre

Le marquage identifie le mode d’élevage et l’origine

9. Segmentation et fiches des acteurs

Des modèles concurrentiels complémentaires