

Plateau de fromages

Ce que veulent vraiment les Français en 2026

Etude réalisée pour le Salon du Fromage et des Produits Laitiers



Symbole du patrimoine français, le plateau de fromages reste un incontournable des moments conviviaux. Mais les usages évoluent.

Une étude réalisée par le cabinet IntoTheMinds pour le Salon en février 2026 auprès de 500 répondants révèle comment les Français composent leur plateau idéal : moins de quantité, plus de diversité, un fort attachement au terroir... Et une influence croissante des réseaux sociaux chez les jeunes générations.

Save the date. Le 19ème Salon du Fromage et des Produits Laitiers, rendez-vous professionnel incontournable de la filière laitière et fromagère, revient du 7 au 9 juin 2026 à Paris, Porte de Versailles.

5 CHIFFRES À RETENIR

48 % des Français mangent du fromage tous les jours
69 % réservent le plateau aux repas entre amis ou en famille
4 à 5 fromages sur le plateau pour 63 % des Français
24 €, c'est le budget moyen du plateau de fromages

60% DES 18-35 ANS
s'inspirent des réseaux sociaux pour composer leur plateau.

UN PRODUIT DU QUOTIDIEN... ET UN MOMENT DE PARTAGE

Le fromage reste un incontournable dans l'alimentation des Français.

Près de la moitié des répondants (48 %) en consomment chaque jour et 77% l'associent à un plaisir gourmand. Mais le plateau de fromages conserve une dimension particulière : il reste associé aux moments qui comptent.

69 % le dégustent lors d'un repas en famille ou entre amis

65 % à l'occasion d'un repas festif

46 % le week-end, comme moment plaisir

Le plateau apparaît comme un rituel convivial profondément ancré dans la culture française.

LE PLATEAU IDÉAL DES FRANÇAIS : GOÛT, DIVERSITÉ ET TERROIR

Lors de la composition d'un plateau, le goût reste le critère dominant.

54 % privilégient l'intensité des saveurs

28 % la diversité des fromages (textures, familles)

L'attachement aux fromages français reste très fort : 99 % des répondants en consomment, loin devant les fromages italiens (40 %), suisses (29 %) ou néerlandais (16 %).

Autre évolution notable : l'abondance n'est plus recherchée.

Pour 63 % des Français, 4 à 5 fromages suffisent pour composer un plateau équilibré



PARMI LES FAMILLES LES PLUS APPRÉCIÉES

56 % citent les pâtes pressées cuites (Comté, Beaufort, Emmental)

48 % les pâtes molles (Brie, Camembert)

42 % les fromages de chèvre

40 % les pâtes pressées non cuites (Saint-Nectaire, Tomme, Reblochon)

34 % les fromages persillés (Roquefort, Bleu d'Auvergne, Gorgonzola)



UN BUDGET RAISONNABLE POUR UN MOMENT PLAISIR

Le prix reste un critère secondaire dans la composition du plateau.

Les Français sont prêts à dépenser **entre 20 et 30 €**, avec un point d'acceptabilité moyen autour de **24 €**.

« *Bien plus qu'un simple assortiment, le plateau de fromages est synonyme de partage et de plaisir. L'étude montre que le prix passe après l'expérience et le moment convivial* », analyse **Fernando Medina Zenoff**, Directeur du Salon du Fromage et des Produits Laitiers.

LES FRANÇAIS RESTENT ATTACHÉS AUX COMMERÇANTS SPÉCIALISÉS

Si 37 % des répondants citent la grande distribution comme lieu d'achat, l'étude montre que **71,6 %** fréquentent principalement les **petits commerçants** (fromageries, marchés, traiteurs, épicerie fines, commerces de bouche...) pour composer leur plateau.

DES TRADITIONS SOLIDES... ET QUELQUES NOUVELLES ASSOCIATIONS

Les habitudes restent largement traditionnelles

78 % accompagnent leur plateau de vin

70 % de pain

63 % de charcuterie

MAIS DE NOUVELLES PRATIQUES ÉMERGENT PROGRESSIVEMENT.

Les **fruits frais et secs** sont désormais présents dans **près de deux plateaux sur trois**, tandis que **22 %** des répondants citent des **boissons sans alcool** (jus, mocktails), signe d'une attention croissante aux alternatives.

Le **beurre** s'invite également sur le plateau : **59 %** des Français déclarent en proposer aux côtés des fromages, et **55 %** le considèrent comme un complément gourmand. **73,8 %** se disent attirés par un **beurre de terroir AOP** et **58,4 %** plébiscitent le **beurre salé**. Le yaourt, lui, conserve une place à part dans les repas, comme une touche de douceur simple et réconfortante en fin de repas.

2026 : UN PLATEAU PLUS SIMPLE, LOCAL, ACCESSIBLE

52 % souhaitent un plateau simple et authentique

48 % veulent davantage de produits locaux et de terroir

45 % souhaitent un plateau plus accessible financièrement

UNE OPPORTUNITÉ POUR LES PROFESSIONNELS

L'étude révèle également un intérêt croissant pour :

la **personnalisation des plateaux** (51 %)

les **plateaux à thème** (50 %)

les **conseils et accords** (25 %)

ZOOM – LES JEUNES GÉNÉRATIONS RÉINVENTENT LE PLATEAU

Chez les **18-44 ans**, le plateau de fromages devient aussi un **objet de mise en scène**. Les plus jeunes privilégient des présentations généreuses et visuelles, influencées par les réseaux sociaux.

60 % des **18-35 ans** déclarent avoir déjà **recréé un plateau inspiré de contenus vus en ligne**.

Cette génération reste attachée à l'authenticité : **42 %** des **25-34 ans** achètent parfois leur **fromage directement chez le producteur**.

Le Salon du Fromage et des Produits Laitiers : 3 jours, des animations, des concours, 300 exposants issus de 15 pays et 8 000 professionnels attendus pour rencontrer les acteurs clés de la filière et découvrir les tendances du secteur. Uniquement réservé aux professionnels.



CONTACTS PRESSE – AGENCE MADAME KOTIBA
Béregère Creton – bc@madamekotoba.fr – 06 62 62 93 49
Cécilia Ah-Tong – cat@madamekotoba.fr – 06 44 19 23 56

A PROPOS DE COMEXPOSIUM

Le Groupe Comexposium figure aujourd'hui parmi les leaders mondiaux de l'organisation d'événements professionnels et grand public. Il organise plus de 400 salons, expositions, congrès, rendez-vous one to one, dans 20 pays. Comexposium organise notamment le SIAL, premier réseau mondial d'événements des professionnels de l'agro-alimentaire, les événements Wine Paris et Vinexpo, premier réseau mondial de rencontres d'affaires dédiées aux vins et spiritueux, Who's Next, Les Assises de la cybersécurité, Foire de Paris, Rétromobile, le Salon Mondial du Chocolat ou encore les salons de l'Étudiant. Présent notamment sur les secteurs de l'agro-alimentaire et la boisson, l'orientation/éducation, la sécurité, les industries créatives, le retail/digital, les loisirs, la santé et l'automobile, Comexposium anime des communautés de professionnels et de passionnés à travers le monde, grâce à une stratégie omnicanale. Situé à Courbevoie, le Groupe emploie près de 1 200 collaborateurs répartis dans ses différentes filiales. Le Groupe Comexposium est détenu à parité par SIPAC, filiale de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Ile-de-France, et Crédit Agricole Assurances.
www.comexposium.com