



COMMUNIQUÉ DE PRESSE > JUIN 2026

L'ASSOCIATION DE PROMOTION DE LA VOLAILLE FRANÇAISE (APVF)

APPELLE À POURSUIVRE LES EFFORTS DE VALORISATION DE LA VOLAILLE FRANÇAISE EN GRANDES ET MOYENNES SURFACES



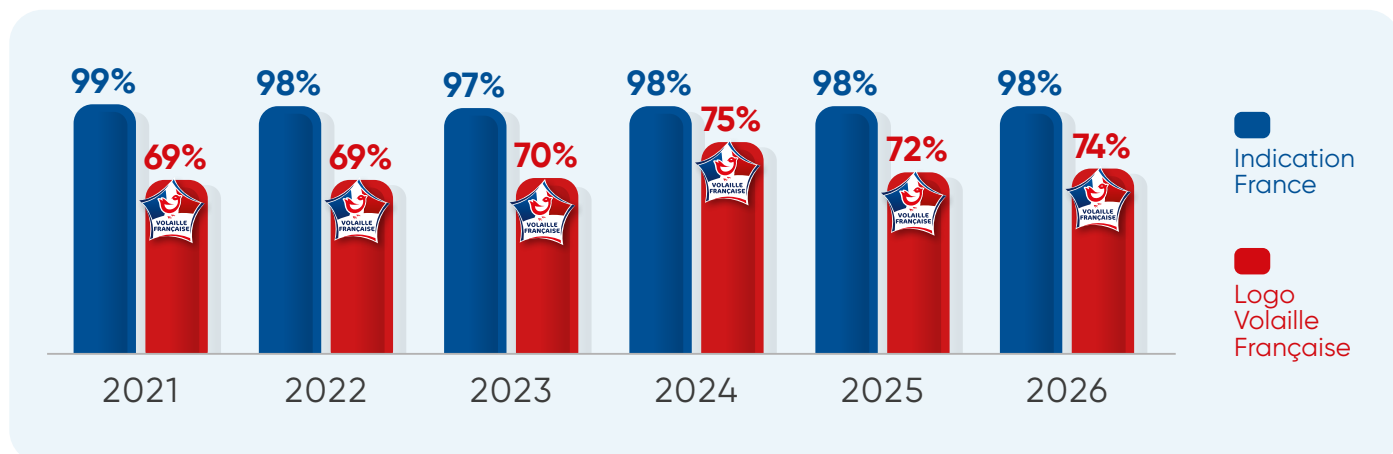
L'APVF révèle les résultats 2026 du relevé linéaire réalisé par Roamler, visant à mesurer la présence du logo Volaille Française en grandes et moyennes surfaces (GMS)¹.

Dans un contexte où la volaille est la 1^{re} viande consommée en France, ces résultats mettent en avant la dynamique positive du logo Volaille Française dans deux rayons stratégiques : en libre-service (+ 2 pts sur un an) et les produits transformés (+ 6 pts sur un an). Ils soulignent également son potentiel de développement, pour renforcer la mise en avant de l'origine France de la volaille en GMS.

LE LOGO VOLAILLE FRANÇAISE REGAGNE EN VISIBILITÉ DANS LE RAYON LIBRE-SERVICE

Dans les rayons libre-service, l'indication France reste stable, représentant pour la 3^e année consécutive **98 % des volailles** proposées aux consommateurs.

Après une légère diminution en 2025, le **logo Volaille Française connaît, quant à lui, une progression de 2 points, présent sur 74 % des produits.**



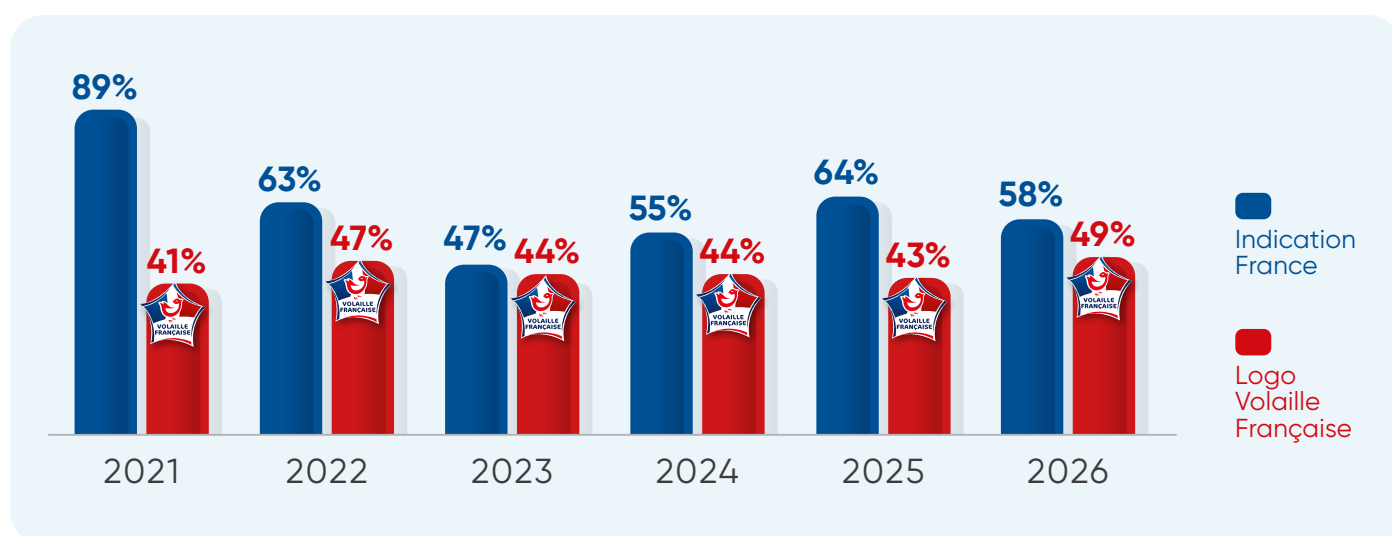
1 - Relevé réalisé du 7 au 30 avril 2026 dans 26 enseignes réparties sur l'ensemble du territoire (supermarchés, hypermarchés, enseignes de proximité) et sur plus de 2 700 références.

PRÈS D'UN PRODUIT TRANSFORMÉ SUR DEUX DÉSORMAIS ESTAMPILLÉ VOLAILLE FRANÇAISE

Dans le rayon des produits transformés, le logo Volaille Française poursuit sa progression et gagne 6 points par rapport à 2025 : **il est désormais visible sur 49 %** des produits. Un signal positif qui illustre la mobilisation croissante des acteurs qui font le choix de la Volaille Française et qui concrétise les actions de sensibilisation menées par l'APVF.

Cette évolution est à mettre en perspective avec un potentiel de progression encore important : **31 % des produits transformés (+ 4 pts vs 2025) répondent en effet aux critères du cahier des charges Volaille Française mais ne portent pas le logo**. Dans le détail, 37 % des salades sont éligibles mais n'affichent pas l'estampille. C'est aussi le cas de 45 % des plats cuisinés frais et de 38 % des sandwiches (+ 29 pts sur un an).

Dans le même temps, **l'indication France recule de 6 points et représente désormais 58 % des produits du rayon**. Cette évolution s'inscrit dans un contexte de forte croissance de la consommation de volaille et d'évolution de l'offre qui génèrent une hausse des importations.



À LA COUPE, L'IDENTIFICATION FRANCE DOMINE MAIS RESTE PEU VISIBLE

À la coupe, après une progression de 6 pts en 2025, **l'indication France se stabilise**, représentant 85 % des produits disponibles. Malgré cette dynamique, **le logo Volaille Française recule, présent sur 11 % des produits observés** contre 18 % en 2025.

Ces résultats soulignent la nécessité de poursuivre les efforts de sensibilisation et d'identification de l'origine française, dans un rayon où les consommateurs accordent une attention particulière à l'information délivrée au moment de l'achat.



LES PRINCIPALES RÉFÉRENCES DANS CHAQUE RAYON VISITÉ :

LIBRE-SERVICE

20,5
RÉFÉRENCES
MOYENNE DONT :



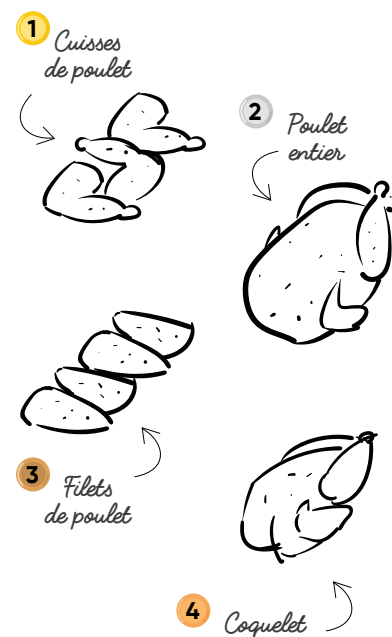
PRODUITS ÉLABORÉS

32,1
RÉFÉRENCES
MOYENNE DONT :



BOUCHERIE TRADITIONNELLE - GMS

5,2
RÉFÉRENCES
MOYENNE DONT :



“

Cette nouvelle édition du baromètre Roamler confirme les progrès réalisés pour renforcer la visibilité de la Volaille Française dans les rayons des grandes et moyennes surfaces. Cependant, les résultats démontrent aussi les marges de progression qui subsistent et les opportunités que nous devons saisir pour encore mieux valoriser la Volaille Française, en particulier dans le rayon des produits transformés.

Renforcer l'identification de ces produits constitue un levier concret pour mieux accompagner les consommateurs dans leurs achats et leur permettre de faire des choix en accord avec leurs attentes. 86 % d'entre eux considèrent en effet que l'origine 100 % française de la volaille qu'ils achètent est un critère important¹. Face à la progression des importations, il est primordial de nous mobiliser collectivement pour soutenir la Volaille Française, gage de qualité et de soutien aux éleveurs.

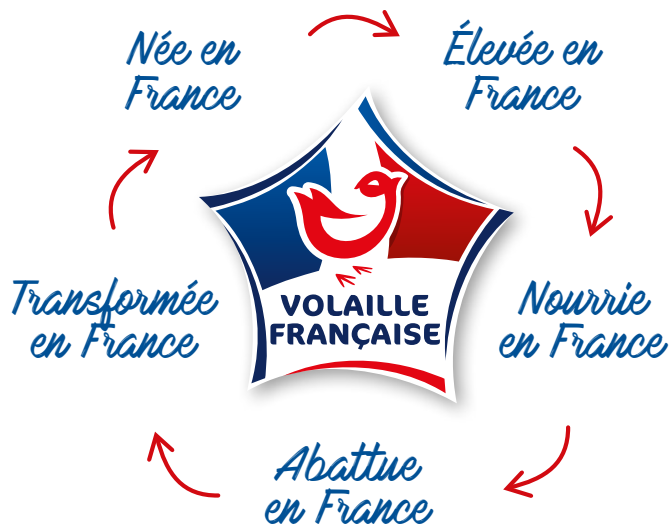
”

Sébastien Verdier
Président de l'APVF



LE LOGO VOLAILLE FRANÇAISE, UN REPÈRE DE QUALITÉ ET DE CONFIANCE POUR LES CONSOMMATEURS

Dans un contexte où la volaille est la viande la plus consommée en France¹, **le logo Volaille Française est l'unique garantie d'acheter de la volaille 100 % française.**



Créé avec le soutien du ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, **il est le signe d'identification d'un savoir-faire de qualité reconnu et d'une viande née, élevée, nourrie, abattue, découpée et transformée en France.** Il garantit un protocole d'élevage rigoureux, respectueux des normes françaises et européennes en matière de bien-être animal, de préservation de l'environnement, de traçabilité, de sécurité alimentaire et sanitaire.

Connu par 9 consommateurs sur 10², il délivre une information simple, claire et facilement identifiable, qui oriente l'acte d'achat : 86 % des Français seraient incités à choisir un produit s'il y a la présence du logo³.

UTILISER LE LOGO VOLAILLE FRANÇAISE : UNE DÉMARCHE QUI FAIT LA DIFFÉRENCE

Quels sont les produits concernés par le logo Volaille Française ?

Le logo Volaille Française peut être apposé sur :

- les volailles entières,
- les découpes de volaille,
- les produits transformés,
- les plats préparés,
- les produits traiteurs.

Comment apposer le logo ?

Les entreprises doivent au préalable se faire référencer par l'APVF en indiquant la nature et les volumes des différents produits concernés par l'estampille. **Une charte d'utilisation est ensuite signée comme contrat de garantie** unissant les deux parties, avant qu'un organisme tiers valide le dispositif. Le référencement est assorti d'une cotisation annuelle.

Envie d'adhérer à l'APVF et d'utiliser le logo ?



Retrouvez le formulaire d'adhésion à l'APVF et les documents d'informations complémentaires sur le site www.volaille-francaise.fr



1 - Source : Itavi d'après SSP et Douanes.

2 - Etude Cirana pour le Cliaa - Octobre 2024.

3 - Enquête IFOP pour l'Association des produits agricoles de France - Octobre 2024.



À PROPOS DE L'APVF

Depuis 2008, les différentes organisations interprofessionnelles du secteur de la volaille de chair se sont associées pour mener des actions communes sur le marché intérieur français, afin d'informer les consommateurs sur la filière en termes de traçabilité, de niveaux de qualité et d'exigences sanitaires.

Cette association répond à plusieurs objectifs :

- Contribuer à mieux valoriser les productions auprès des consommateurs.
- Répondre aux enjeux environnementaux.
- Améliorer la performance économique des exploitations afin de pérenniser leurs activités et les emplois qui en dépendent.

La communication est confiée à l'Association pour la Promotion de la Volaille Française (APVF), dont les 3 grandes missions sont de :

- Représenter l'ensemble des acteurs du secteur (tous les métiers, toutes les filières).
- Informer le consommateur, ainsi que les publics professionnels et institutionnels, sur les produits de la filière avicole française.
- Associer les clients de la filière à la démarche de valorisation de la Volaille Française.

L'APVF est une association présidée par Mr. Sébastien Verdier, comptant 15 organisations

- AOPV (Association des Organisations de Production des Volailles)
- CFA (Confédération Française de l'Aviculture)
- CICAR (Comité Interprofessionnel du Canard à Rôtir)
- CIDEF (Comité Interprofessionnel de la Dinde Française)
- CIP (Comité Interprofessionnel de la Pintade)
- CIPC (Comité Interprofessionnel du Poulet de Chair)
- CNADEV (Comité National des Abattoirs et Ateliers de Découpe de Volailles, Lapins et Chevreux)
- CNPO (Comité National des Industriels et Professionnels de l'Œuf)
- COOP DE FRANCE AVICULTURE
- COOP DE FRANCE NUTRITION ANIMALE
- FENSCOPA (Fédération des Syndicats de Commerce en Gros de Produits Avicoles)
- FIA (Fédération des Industries Avicoles)
- SNA (Syndicat National des Accouveurs)
- SNIA (Syndicat National des Industriels de la Nutrition Animale)
- SYNALAF (Syndicat National des Labels Avicoles de France)

Plus d'informations sur : www.volailles-festives.fr

Contacts Presse

Agence Gulfstream Communication

Mathilde Toupet - 06 87 10 27 16 - mtoupet@gs-com.fr