



Le 30 mars 2026

Découvrir l'étude complète



Enquête exclusive

Gelée royale, l'autre produit vedette de la ruche : le nouveau rituel très tendance à l'arrivée du printemps !

La Gelée Royale tient la vedette au printemps. Longtemps associée à une consommation hivernale, la gelée royale se fait désormais l'alliée du retour de la belle saison ! Plus d'un quart des consommateurs ponctuels de gelée royale déclare en consommer à cette période clé de l'année (28 %). Voici l'un des constats de la dernière enquête exclusive menée par OPSIO pour InterApi et le Groupement des Producteurs de Gelée Royale (GPGR). Loin des clichés, la récente enquête dresse également le portrait-robot du consommateur type : un homme actif et citadin.

Il faut dire que ce produit naturel de la ruche, s'il est moins connu que le miel, a de nombreux atouts nutritionnels à faire valoir ! Et pour répondre aux attentes des acheteurs-consommateurs qui sont plus d'un tiers à se dire attachés à l'origine française de leur gelée royale, il suffit de repérer le logo « GRF – Gelée Royale Française » figurant sur les étiquettes.

La Gelée Royale : l'autre produit vedette de la ruche

Au cœur de la ruche, la gelée royale est une substance rare et précieuse, produite naturellement par les abeilles ouvrières, appelées « nourrices ». Sécrétée grâce aux glandes spécifiques dont elles disposent, cette matière précieuse est destinée à nourrir les larves durant leurs 3 premiers jours, ainsi que la Reine, qui en fait son alimentation exclusive tout au long de sa vie, et elle vit 43 fois plus longtemps que ses congénères. Véritable concentré de protéines, vitamines, minéraux et acides aminés essentiels, elle se distingue de tous les autres produits de la ruche et fascine l'humanité depuis l'Antiquité. Si la gelée royale est consommée à l'état frais, forme la plus pure, elle se décline aujourd'hui également en gélules, en ampoule, ainsi qu'en formats nomades innovants, comme les sticks et les gélules à emporter, ou encore associé au miel, afin de s'adapter aux usages et aux modes de vie actuels.

La Gelée Royale : pour sortir de l'hiver du bon pied !

La sortie de l'hiver correspond aux motivations centrales de consommation de la Gelée Royale évoquées par les acheteurs-consommateurs. 86 % des acheteurs-consommateurs s'accordent sur des raisons liées au renforcement du **système immunitaire** et 67 % sur l'apport en **énergie**. Des raisons désormais complétées par une envie de bien être global. Au travers de cette étude, 26 % des consommateurs de Gelée Royale s'accordent en effet à évoquer la **résistance au stress** (+4 points vs 2015), 22 % l'**amélioration de la mémoire** (+11 points), à égalité avec la **beauté de la peau, des cheveux et des ongles** (+4 pts), ou le **rétablissement plus rapide après une maladie** (+5 pts). Les acheteurs sont en effet probablement sensibles aux atouts nutritionnels de ce produit 100 % naturel, unique en son genre. Outre ses **protéines, vitamines, calcium, fer, phosphore**, etc., la Gelée Royale a en effet la spécificité de contenir un **acide gras exclusif** : le **10-HDA**, qui fait l'objet de travaux scientifiques visant à mieux comprendre ses propriétés et ses bénéfices.*

L'acheteur de Gelée Royale : un profil au-delà des idées reçues

Les nouvelles motivations d'achat sont à mettre en parallèle avec un profil d'acheteur-consommateur de gelée royale bien loin des raccourcis. Il s'agit en effet majoritairement d'un **homme** (57 % chez les acheteurs de gelée royale contre 49 % dans la population). Il est plus jeune que la moyenne de la population (44,9 ans vs 47,2 ans). Les 25-44 ans sont en particulier surreprésentés parmi les acheteurs-consommateurs par rapport à la population générale (48 % vs 38 %). Il a des **enfants** au sein de son foyer (53 % des acheteurs ont des enfants au foyer vs 37 % de la population dans son ensemble). Son profil est résolument **urbain** : il est plus représenté en Île-de-France (25 % contre 20 % à l'échelle nationale) et en Occitanie (10 % contre 8 %).

La Gelée Royale : partenaire de nombreux moments de l'année

La consommation printanière de la Gelée Royale s'inscrit dans un contexte plus large de **désaisonnalisation**. Près de 4 acheteurs-consommateurs sur 10 (38 %) profitent désormais de ses bienfaits **tout au long de l'année**, soit plus de **3 fois plus qu'en 2015**. Parmi les acheteurs-consommateurs ponctuels, 21 % déclarent en consommer à n'importe quelle période, lorsqu'ils en ressentent le **besoin**. Ils disent que ces moments de consommation spécifiques ont essentiellement lieu en cas de maladie (74 %), pour préparer un événement sportif (25 %) ou un examen (19%).

Des formats et des lieux d'achat diversifiés

La gelée royale est aujourd'hui consommée sous différentes formes. Si son format à l'**état brut** reste dominant (pot en verre, dosette, flacon-pompe), choisi par 49 % des consommateurs, d'autres formats se développent. Les **ampoules** sont ainsi de plus en plus appréciées, utilisées par 47 % des consommateurs, soit +6 pts par rapport à 2015. Les **gélules** remportent l'adhésion de 38 % des consommateurs et les **capsules**, 23 %. L'étude montre un niveau de satisfaction élevé pour les formats proposés sur le marché. **99 % des consommateurs sont satisfaits du format** qu'ils utilisent le plus souvent.

Du côté des lieux d'achat, les **pharmacies et parapharmacies** sont de plus en plus fréquentées par les acheteurs de Gelée Royale : 51 % s'y procurent leurs produits, soit +7 points par rapport à 2015. Les **enseignes bio** arrivent en 2^e position, avec 33 % d'acheteurs, puis les **grandes surfaces**, qui gagnent en popularité : 29 % des acheteurs s'y procurent leur Gelée Royale, soit +9 pts vs 2015. Les magasins spécialisés valorisant les produits de la ruche représentent, quant à eux, 22 % des circuits d'achat. Enfin, 18 % des acheteurs s'approvisionnent directement auprès des apiculteurs.

Une production française attendue des consommateurs

L'enquête révèle que la certification biologique et l'origine française de la gelée royale sont désormais déterminantes à l'achat. Parmi les acheteurs-consommateurs, le critère bio arrive en tête (35 %), suivi de près par l'origine française (34 %). La Gelée Royale produite en France a ainsi l'avantage de cumuler ces deux caractéristiques puisque près de 70 % des volumes produits dans le pays sont labellisés « Agriculture Biologique ».

En 2024, les apiculteurs français ont produit 3,4 tonnes de Gelée Royale, dont 2,2 tonnes par les apiculteurs du Groupement des Producteurs de Gelée Royale (GPGR), qui respectent la charte de qualité exigeante de la marque GRF – Gelée Royale Française®. Cette marque est connue de près d'un tiers des acheteurs-consommateurs.

Elle bénéficie d'une excellente image auprès des consommateurs qui la connaissent. 90 % savent qu'elle fournit la garantie d'un produit **100% français** et 93 % lui font **confiance**. Ils s'accordent notamment à dire qu'elle assure la **traçabilité** du producteur au consommateur (96 %).*

*Enquête InterApi / GPGR / OPSIO, menée en ligne en septembre 2025 auprès d'un échantillon final de 1 615 Français(es), (co)décisionnaires des achats de produits alimentaires et de compléments alimentaires.





En savoir plus : la Gelée Royale Française garantie d'origine et de qualité



La démarche **Gelée Royale Française** est portée par le Groupement des Producteurs de Gelée Royale (GPGR). Elle s'appuie sur une filière structurée d'apiculteurs engagés autour d'un cahier des charges strict, allant au-delà des exigences réglementaires.

Cette charte encadre le travail de l'apiculteur depuis la ruche jusqu'au conditionnement afin d'obtenir un produit de qualité, en s'appuyant sur des points essentiels.

La production, la récolte et le conditionnement sont réalisés en France, avec une traçabilité complète de chaque lot. La Gelée Royale est produite dans le respect de l'abeille et de l'environnement. Sortie de la ruche, la Gelée Royale ne subit aucune transformation et est maintenue au frais jusqu'à sa vente pour préserver ses qualités naturelles. Le logo Gelée Royale Française® (GRF) offre ainsi aux consommateurs un repère clair, associant qualité, transparence et engagement en faveur d'une apiculture française responsable.



À propos d'InterApi :

ENSEMBLE, FAIRE AVANCER LA FILIÈRE APICOLE

Créée en 2018, InterApi est l'interprofession dédiée au miel et aux produits de la ruche. Elle fédère l'ensemble des acteurs impliqués dans la production, le conditionnement, la transformation et la commercialisation des produits apicoles.

Sa mission : représenter et défendre les intérêts de la filière en apportant des solutions aux enjeux de production, en renforçant la connaissance des marchés, et en menant des actions pour valoriser et promouvoir la consommation des produits de la ruche.



[Cliquez ici pour découvrir l'étude complète](#)

