

Enquête sur le rapport des Français au petit-déjeuner : les céréales du petit-déjeuner conservent une place de choix dans les habitudes matinales

En 2026, le Syndicat Français des Céréales du petit déjeuner a mené une grande étude avec l'ObSoCo pour décrypter la façon dont les Français vivent leur petit déjeuner au quotidien : pratiques matinales, représentations, consommations. Premier enseignement : le petit déjeuner demeure un rituel structurant pour les Français : **82 % estiment qu'il permet de bien démarrer la journée et 76 % le prennent régulièrement**. Dans un quotidien souvent contraint par le temps, les céréales du petit déjeuner occupent une place importante : **66 % des Français en consomment, dont 24% de manière régulière et 8 sur 10 en achètent au sein de leur foyer**. Ce succès illustre leur rôle central dans les routines alimentaires du matin, en conciliant simplicité, diversité et qualités nutritionnelles.¹



Le petit déjeuner : une tradition française solidement installée malgré des matins pressés !

Si le petit déjeuner conserve une place essentielle dans les pratiques alimentaires des Français, il s'inscrit dans des matinées souvent contraintes par le temps. **Avec une moyenne de réveil à 7H11 en semaine, les Français n'y consacrent en moyenne que 12 minutes, et 83 % des Français déclarent réaliser une autre activité en parallèle** (consulter leur smartphone, s'occuper des enfants, etc..). Malgré ces contraintes, l'attachement à ce moment demeure fort : **68 % des Français déclarent y tenir personnellement et 58 % le considèrent comme le repas le plus important de la journée**.

Pour autant les matins français ne sont pas vécus dans l'urgence : 42% des Français se disent organisés, 36% sereins. Les matins pressés (16%), stressants (14%) restent l'exception. Cette sérénité cache pourtant de profondes inégalités. Les retraités vivent des matins radicalement plus calmes que le reste de la population : 55% se disent sereins contre seulement 29% des actifs et 28% des parents. La présence d'enfants au sein du foyer est le premier facteur de stress matinal.

Le petit-déjeuner : chez soi, assis, en 12 minutes : le rituel tient bon

76% des Français prennent un petit déjeuner régulièrement et 55% tous les jours, semaine et week-end confondus. La fracture générationnelle est saisissante : 24% des 18-24 ans le prennent quotidiennement contre 89% des 65-75 ans.

84% des Français qui prennent un petit déjeuner le font chez eux assis à table. Le petit-déjeuner nomade ne concerne que 7% des consommateurs. Un phénomène marginal donc, même s'il atteint 17% chez les moins de 35 ans.

Ce n'est pourtant pas un repas solitaire : **65% des Français vivant en famille le partagent régulièrement**. A ce titre, la table du matin reste un moment de vie commune, elle concilie besoin de rituel collectif et individualisation des goûts.

¹Source : Étude L'ObSoCo – Le rapport des Français au petit déjeuner, 2026 réalisée pour Alim'Alliance (enquête en ligne auprès de 1 069 personnes représentatives de la population française, avril 2026).

L'exception culturelle française : un repas généralement sucré, chargé de sens

Le petit déjeuner français reste résolument sucré : **66% déclarent prendre un petit déjeuner sucré, 6% seulement un petit déjeuner salé.** Le modèle à la française (café, pain, beurre, confiture) reste la référence culturelle dominante pour 43% des consommateurs, un chiffre qui monte à 60% après 55 ans. **71% des Français considèrent le petit déjeuner à la française comme une exception culturelle. Pour 53% des Français, le petit déjeuner de leur enfance reste leur modèle de référence.**

Les céréales du petit déjeuner : présentes dans tous les placards, plébiscitées pour leur praticité et le plaisir associé

Dans un contexte où le temps est compté (12 minutes en moyenne pour le petit déjeuner en semaine), les céréales du petit déjeuner répondent aux besoins de rapidité et de simplicité des consommateurs. **72 % des Français les jugent pratiques et rapides, confirmant leur adéquation avec des matinées souvent pressées.** Au-delà de la praticité, elles participent aussi à la dimension plaisir du petit déjeuner : 60 % des Français estiment qu'elles permettent de se faire plaisir dès le matin et 60% estiment aussi qu'elles permettent à chacun de composer son petit déjeuner idéal !

TOTAL DES VENTES DE CÉRÉALES
EN TONNES EN 2025 EN FRANCE

148 054

BUDGET MOYEN EN
2025 DES FRANÇAIS /
FOYERS

34€

FOYERS AYANT ACHETÉ AU MOINS 1
FOIS DES CÉRÉALES DANS L'ANNÉE
2025

67%

Source : Syndicat Français des Céréales, d'après Circana (circuit GMS) et Openhealth (circuit magasin spécialisé bio) pour les volumes de ventes. World Panel Numerator (ex Kantar) pour le budget moyen et le taux de pénétration (tous circuits) - Panel de 20 000 foyers

Des bénéfices nutritionnels reconnus par les consommateurs

À la croisée des enjeux de praticité et de plaisir, les céréales du petit déjeuner illustrent l'évolution des attentes alimentaires des Français. Elles peuvent prendre leur part au sein d'un petit déjeuner équilibré, accessible et adapté aux besoins de chacun, dans un contexte où les attentes nutritionnelles sont de plus en plus fortes :

- **29 %, des Français consomment des céréales pour leur richesse en fibres,**
- **24 % des Français consomment des céréales pour leur contribution à l'équilibre nutritionnel,**
- **31 % des Français consomment des céréales pour leur caractère rassasiant.**

Parmi ces consommateurs soucieux des apports nutritifs, les Français de 55 ans sont majoritairement ceux pour qui les critères nutritionnels sont une priorité, avec une attention accrue portée à l'équilibre alimentaire, aux apports en fibres, aux références bio ou sans sucres ajoutés. Conscientes des enjeux liés à la santé, les entreprises du secteur ont réalisé ces dernières années des efforts importants en matière de composition nutritionnelle. La majorité d'entre elles ont considérablement amélioré leurs recettes. Par exemple, selon une récente étude de l'association européenne CEREAL, les céréales du petit déjeuner des enfants contiennent aujourd'hui -30% de sucres, +84% de fibres et +47% de grains entiers par rapport à 2015.³

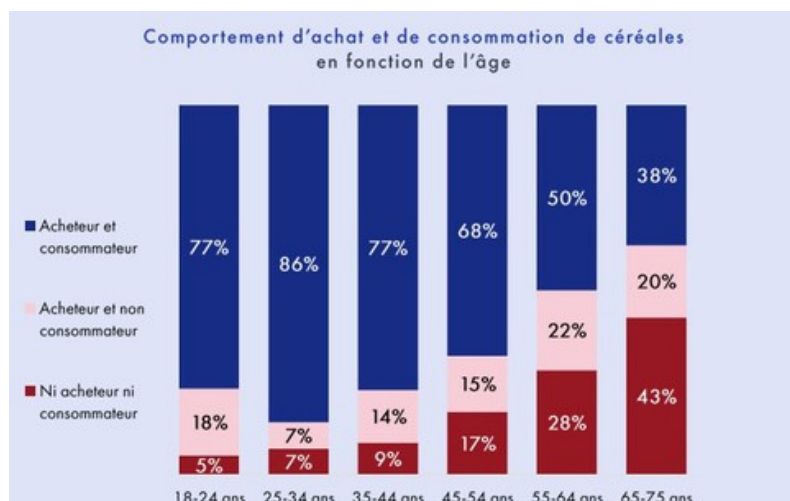
²Source : Étude L'ObSoCo – Le rapport des Français au petit déjeuner, 2026 réalisée pour Alim'Alliance (enquête en ligne auprès de 1 069 personnes représentatives de la population française, avril 2026).

³ Source : Étude CEREAL, European Breakfast Cereal Association - Results are based on the sales-weighted average of children's products sold in the EU and the UK between 2015 and 2025.



Des usages et attentes qui évoluent selon les profils

Si **deux Français sur trois achètent et consomment des céréales**, leur usage s'inscrit dans des pratiques différenciées selon les âges et les modes de vie. Les plus grands consommateurs sont les **jeunes adultes, notamment les 25-34 ans, dont 86 % sont acheteurs et consommateurs**. Pour ces publics, les céréales répondent avant tout à des attentes de praticité et de rapidité (51 %), et s'appuient sur des habitudes souvent ancrées dès l'enfance. La parentalité constitue également un déterminant majeur : **89 % des parents de moins de 35 ans sont à la fois acheteurs et consommateurs**.



Source : Étude L'ObSoCo – Le rapport des Français au petit déjeuner, 2026 réalisée pour Alim'Alliance / Syndicat des Céréales du petit déjeuner (enquête en ligne auprès de 1 069 personnes représentatives de la population française, avril 2026).

Toutefois, cet effet s'atténue avec l'âge : **après 55 ans, les consommateurs ont davantage tendance à ne plus acheter de céréales pour leur foyer**.

Une profession qui s'engage

Cette diversité de l'offre et des usages traduit la capacité des céréales du petit déjeuner à s'adapter aux besoins et aux attentes à chaque étape de la vie, en proposant une large palette de produits conciliant plaisir, qualité et nutrition. Dans ce contexte d'évolution des pratiques et des attentes, les entreprises des céréales du petit déjeuner se mobilisent pour accompagner les consommateurs dans ce moment "sacré" qu'est le petit déjeuner. Les acteurs du secteur s'engagent en faveur de la qualité nutritionnelle des produits, de la transparence de l'information et de la promotion de bonnes pratiques alimentaires. Les engagements des entreprises se sont traduits en France par des baisses des teneurs en sucre en moyenne de 9,7% entre 2017 et 2022 (de 24,9g à 22,5g/100g en moyenne), des teneurs en sel de 8,6 % (de 0,64g à 0,58g) et par le développement de produits plus riches en céréales complètes (+76 % entre 2017 et 2022). Cette hausse s'élève à plus de 80% pour les entreprises adhérentes au Syndicat. ⁴

Cette mobilisation s'inscrit dans une volonté d'adapter en continu l'offre aux attentes des Français, en conciliant plaisir, qualité et équilibre !

⁴Étude ScanUp réalisée pour le compte du Syndicat Français des Céréales du Petit-Déjeuner, septembre 2023, sur l'amélioration de la composition nutritionnelle des céréales du petit déjeuner entre 2017 et 2022.



Méthodologie :

L'enquête le Rapport des Français au petit déjeuner a été réalisée par l'ObSoCo. Les données de l'étude quantitative s'appuient sur une enquête réalisée en ligne auprès d'un échantillon de 1069 personnes représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans. L'enquête a été réalisée en ligne par l'ObSoCo sur le panel Toluna du 21 au 27 avril 2026. La représentativité a été établie suivant la méthode des quotas selon les critères suivants : âge, sexe, région, taille de l'agglomération de résidence et catégorie socioprofessionnelle. A l'issue du terrain de l'enquête, les données ont été redressées sur l'ensemble des critères ayant servi de quotas afin de pallier les écarts résiduels entre la structure de l'échantillon et celle de l'ensemble de la population.

A propos de l'ObSoCo :

L'ObSoCo est un cabinet d'études indépendant spécialisé dans l'analyse des transformations des modes de vie, des comportements de consommation et des attentes citoyennes. A travers des enquêtes de référence et des grilles de lecture innovantes ; il éclaire les mutations profondes qui traversent la société : rapport au travail, au temps, à la consommation, au numérique, ou encore à la transition écologique

A propos du Syndicat Français des Céréales du Petit Déjeuner

Le Syndicat Français des Céréales du petit déjeuner réunit 8 entreprises fabriquant des céréales à préparer ou à consommer. Il a pour mission d'accompagner ses entreprises adhérentes sur les enjeux majeurs de la profession, notamment en matière de nutrition, de valorisation des bonnes pratiques alimentaires et d'information au consommateur, sur ce repas primordial de la journée qu'est le petit déjeuner.