



## Le rapport des Français à l'apéritif en 2024

### Un rituel de convivialité qui persiste même en période d'inflation

*Après une première étude menée avec l'Obsoco en 2022, le Syndicat des Apéritifs à Croquer a souhaité interroger cette année les Français [1] sur leur rapport à l'apéritif au sens large. Si la précédente édition avait révélé des spécificités liées au contexte post-pandémie, cette nouvelle étude s'est particulièrement intéressée à l'inflation et à son impact sur les pratiques en matière d'apéritif. L'édition 2024 confirme que, malgré les aléas économiques, l'apéritif reste un rituel ancré dans les habitudes des Français qui s'adapte et évolue au gré des tendances et mutations sociétales.*

#### L'apéritif au domicile reste un rituel sacré

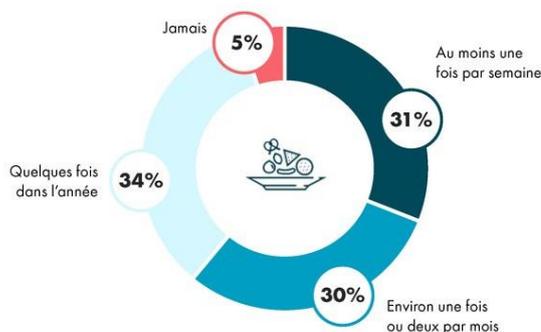
Dans une période inflationniste comme celle que nous connaissons depuis plusieurs mois, le pouvoir d'achat des ménages français s'est resserré. Ce contexte poussant à des arbitrages dans les dépenses a un impact direct sur les sorties :

**43 % des Français déclarent ainsi s'imposer de fortes restrictions** dans ce domaine (restaurant, bar, sorties festives...) tandis que **34 % se restreignent sur leurs courses alimentaires.**

Cependant, l'apéritif reste une habitude très bien ancrée avec **95 % des répondants qui le pratiquent au moins une fois dans l'année** et **61 % au moins une fois par mois**. La fréquence est particulièrement élevée chez les 25-34 ans, parmi les couples et les actifs.

#### Le rituel apéritif est une habitude bien ancrée

« À quelle fréquence prenez-vous ou organisez-vous des apéritifs [tous lieux confondus] ? »

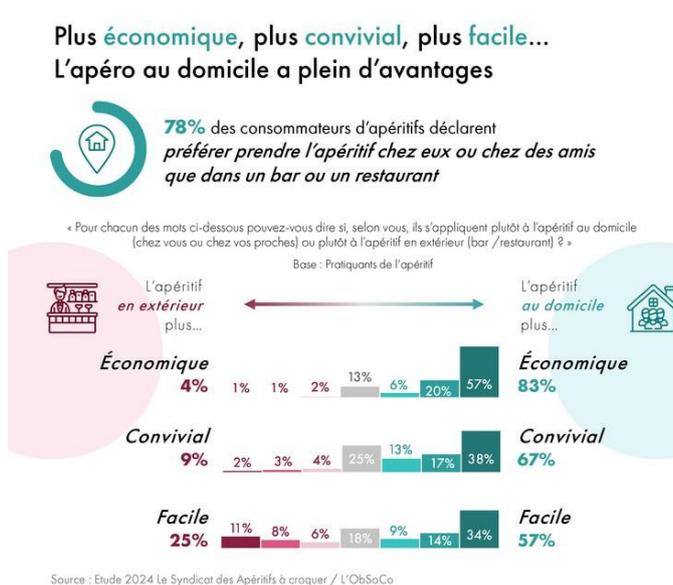


Source : Etude 2024 Le Syndicat des Apéritifs à croquer / L'Obsoco

Si plus d'un tiers des Français confient se rendre moins souvent dans des bars/restaurants pour un apéritif que deux ans auparavant, **l'apéritif à domicile reste relativement préservé** et 14 % déclarent même en organiser plus souvent.

Ce constat s'explique aisément par **les avantages que présente l'apéritif à domicile** :

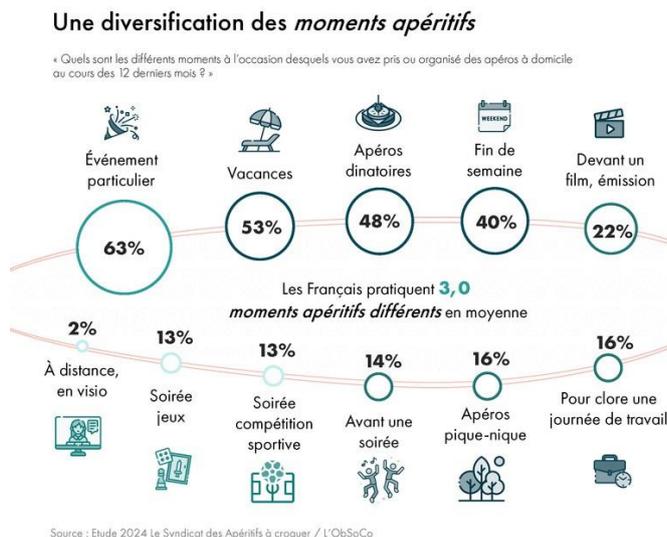
- **Un moment intime et convivial** : « Plaisir de partager et d'échanger avec ses proches ou convives » (54 %), « le fait de vivre un moment de convivialité et de rigolades » (54 %) et « le plaisir de recevoir » (50 %) sont ainsi les 3 motivations les plus citées, prouvant une nouvelle fois que **convivialité et partage** sont les deux principaux moteurs à l'origine de l'envie d'organiser un apéritif à son domicile.



- **Un moment abordable** : 84 % des interrogés estiment que prendre l'apéritif au domicile est **plus économique** que le prendre à l'extérieur. Par ailleurs 66 % estime que prendre un apéritif dinatoire est plus économique et pratique qu'organiser un dîner.
- **Un moment de créativité** : organiser un apéro chez soi offre une plus grande variété de choix selon 82 % des pratiquants. Dans le même temps, il permet de **laisser libre cours à sa créativité en cuisine** : 65 % déclarent aimer préparer l'apéritif chez eux en essayant de nouvelles recettes ou des combinaisons de produits apéritif.
- **Un moment qu'on aime organiser selon ses goûts** : dans la majorité des cas, l'apéro au domicile est un moment **prévu à l'avance** (86 %) et pour 63 % des pratiquants, il s'agit d'une occasion de créer une **ambiance** qui leur ressemble (au travers de la décoration, la musique...)

## L'apéritif, une pratique plurielle

La pratique de l'apéritif reste plurielle avec **une riche typologie de « moments apéro »**. En tête se classent les « apéros pour des événements particuliers (anniversaires, fêtes...) » (66 %), suivis des « apéros en vacances » (55 %), des « apéros dinatoires » (50 %) et « en fin de semaine » (43 %) qui sont particulièrement prisés des télétravailleurs.



Les moments occasionnels « événements particuliers » et « en vacances » sont en progression (+10 points par rapport à 2022). A l'inverse, les moments apéros plutôt réservés aux actifs en télétravail « apéro fin de semaine » et « apéros visio » qui avaient gagné en popularité à la suite de la crise sanitaire enregistrent cette année une diminution (-5 points/2022).

D'autres moments se sont également installés dans les habitudes des Français, tels que « l'apéro devant un film ou une série » (22 %), « l'apéro avant une soirée » (14 %) en pointe chez les jeunes ou « lors d'une soirée jeux » (13%). Les « soirées compétition sportive » ont quant à elle rassemblé seulement 13 % des Français autour d'un apéro début 2024. **Les grandes compétitions sportives** sont pourtant perçues comme des **moments propices aux apéros** par 43 % des répondants. Gageons que les Jeux Olympiques et Paralympiques pourraient faire grimper le chiffre des pratiquants dans les prochains mois.

## Les apéritifs à croquer, socle immuable de plaisir et de convivialité

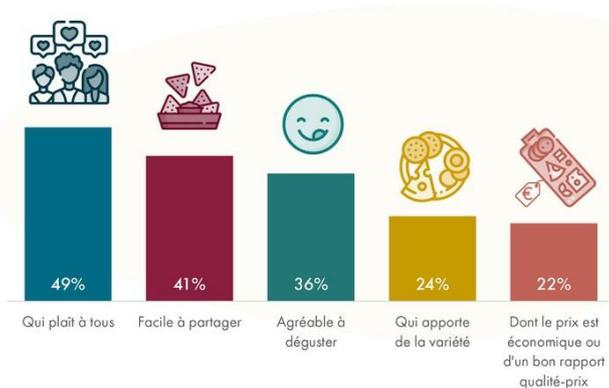
Crackers, bretzels, tuiles, tortillas, biscuits, soufflés, cacahuètes, amandes, noix de cajou... les apéritifs à croquer sont incontournables pour une large majorité des Français. **Pour 9 Français sur 10, ils sont les compagnons indispensables qui composent un apéritif idéal.**

Les préférences des répondants pour composer l'apéritif idéal se portent dans un mouchoir de poche vers les **graines et fruits à coque salés, grillés et aromatisés** (51 %), les **biscuits salés et soufflés** (48 %), les **tuiles** (48 %), les **graines et fruits à coque non salés** (43 %).

L'idéal des produits à consommer lors d'un apéritif à domicile renvoie avant tout à un **plaisir** qui s'entend comme **convivial et universel**. Le fait que le produit « plaise à tous » (49 %), soit « facile à partager » (41 %) et qu'il soit « agréable à déguster » (36 %) se rangent largement en premier. Le fait qu'il apporte « de la variété et du choix » (24 %), et son caractère « économique, d'un bon rapport qualité/prix » (22 %) sont de plus en plus appréciés (respectivement +4 et +6 points par rapport à 2022 en tant que premier choix).

### Le produit idéal de l'apéritif : une alliance de plaisir et de convivialité

« Pour vous, un produit idéal à consommer lorsque vous organisez l'apéritif à votre domicile, c'est avant tout un produit... ? »



Source : Etude 2024 Le Syndicat des Apéritifs à croquer / L'ObSoCo



Il est intéressant de souligner que **la composante prix est rarement un frein à l'achat** chez les consommateurs (pour 4 consommateurs sur 5, le prix n'est pas vraiment voire pas du tout un frein à l'achat).

## Des ventes toujours en progression pour les apéritifs à croquer

**Le marché des apéritifs à croquer reste en croissance** avec des ventes qui ont atteint 205 881 tonnes [2] en 2023, soit une **progression de +1,5 % en volume** par rapport à 2022. L'inflation a donc assez peu impacté le secteur.

La **catégorie la plus plébiscitée reste celle des graines salées** avec +2,6 % [2] en volume entre 2022 et 2023 suivie par les extrudés et les tuiles (+1,4 %) tandis que les biscuits salés ont connu une légère inflexion (-1 %).

En 2023, les Français consacraient un **budget moyen de 74,6 € [3] par foyer** pour les produits apéritifs avec une fréquence d'achat en hausse (18,7 actes d'achat par an).

[2] Source : Syndicat des apéritifs à croquer d'après Circana - périmètre GMS ((hypers et supermarchés, e-commerce, magasins de proximité et hard discount)

[3] Source : Syndicat des apéritifs à croquer d'après Kantar World Panel (tous circuits)

## Méthodologie de l'étude : Les Français et l'apéritif

Cette étude quantitative s'appuie sur une enquête réalisée en ligne du 11 au 19 mars 2024 auprès d'un échantillon de 1000 personnes représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans (panel Respondi).

La représentativité a été établie suivant la méthode des quotas selon les critères suivants : âge, sexe, région, taille de l'agglomération de résidence et de la catégorie socioprofessionnelle. À 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.

Pour des apéritifs ensoleillés tout l'été,  
rendez-vous sur le compte Instagram @[MomentQuiCroustille](https://www.instagram.com/MomentQuiCroustille)



## A propos du Syndicat des Apéritifs à croquer

Le Syndicat des Apéritifs à croquer réunit 10 entreprises de toutes tailles, qui fabriquent des produits traditionnellement présents au moment de l'apéritif : crackers, bretzels, tuiles, tortillas, biscuits, soufflés, cacahuètes, amandes, noix de cajou, etc. La diversité de l'offre est un atout de la catégorie : environ 250 familles de produits sont disponibles sur le marché. Les entreprises spécialisées qui ont choisi d'adhérer au Syndicat des Apéritifs à Croquer partagent une ambition : améliorer leurs produits pour pérenniser ce moment tant apprécié et répondre aux attentes de consommateurs toujours plus exigeants. Sur ce marché très dynamique, qui se distingue par l'importance de ses innovations, le Syndicat des Apéritifs à Croquer accompagne également ses membres autour d'enjeux aujourd'hui majeurs : l'amélioration continue de la qualité nutritionnelle et sanitaire des produits ou encore l'information au consommateur.

Pour plus d'informations : [www.aperitifsacroquer.fr](http://www.aperitifsacroquer.fr)

## Nos entreprises adhérentes

- Boehli
- Cornu SA Fontain
- General Mills Landes
- Intersnack France
- Kellogg's / Pringles
- Loc Maria Biscuits
- Michel et Augustin
- Mondelez International
- Papéro
- Pepsico France