

EDENRED ET L'IFOP PUBLIENT LA PREMIÈRE GRANDE ENQUÊTE SUR LA PAUSE DÉJEUNER DES FRANÇAIS

Edenred publie la première édition de sa grande enquête sur les Français et la pause déjeuner, menée en partenariat avec l'IFOP auprès de 2 500 Français en activité. Cette étude permet de comprendre les usages et préférences des actifs en matière de pause déjeuner mais également de mettre en lumière les spécificités régionales.

La pause déjeuner, un rituel plébiscité par les Français



La pause déjeuner est une pratique profondément ancrée dans le quotidien des Français au travail. **91% déclarent prendre une pause déjeuner dont 79% tous les jours.** Symbole de notre culture du repas et de la gastronomie, près de 9 Français actifs sur 10 (88%) considèrent la pause déjeuner comme un moment nécessaire voire indispensable.

Près de 7 Français actifs sur 10¹ (65%), **la pause déjeuner est un rituel collectif** : 51% des répondants déclarent la partager avec leurs relations de travail (collègues, clients, prestataires) et 14% avec leurs proches (famille, amis).

La durée moyenne de la pause déjeuner est de 46 minutes, un chiffre relativement stable selon les régions (moyenne maximum de 49min en Bretagne et minimum de 43min en Bourgogne-Franche-Comté).

C'est davantage quant à l'heure à laquelle est pris ce repas que des disparités émergent, avec **une pause déjeuner qui suit la courbe du soleil**. Si elle est majoritairement prise entre 12h et 13h, les actifs déjeunent plus tôt à l'Est de la France et plus tard à l'Ouest.

Malgré l'accélération des rythmes de vie, 74% des Français y consacrent autant ou davantage de temps que par le passé. Seuls 26% déclarent y consacrer moins de temps.

Pour Jérôme Fourquet, Directeur du département Opinion et Stratégies d'entreprise à l'IFOP : « Cette étude montre l'attachement fort des Français à la pause déjeuner. Les actifs sacralisent ce rituel malgré les évolutions des modes de travail (à domicile, indépendant, horaires décalés). La pause déjeuner est ainsi un élément constitutif de la qualité de vie au travail et du développement du lien social au sein des organisations. »

^{1 1} Tous les chiffres suivants concernent les Français déclarant prendre une pause déjeuner soit 91% de l'échantillon

Le développement du télétravail et les tensions de pouvoir d'achat remodelent les habitudes des Français en matière de pause déjeuner

Les évolutions du travail et les tensions de pouvoir d'achat contribuent à faire évoluer les pratiques alimentaires, notamment en matière de pause déjeuner.

- Déjeuner fait maison

Ainsi, une majorité de Français actifs (63%) déjeunent à domicile ou apportent un déjeuner fait maison. Une tendance particulièrement marquée en régions (68%) par rapport à l'Île-de-France (46%) qui dispose de l'offre la plus dense en matière de restauration. Par ailleurs, les femmes (71%) sont nettement plus enclines que les hommes (56%) à opter pour le déjeuner « maison ». Les travailleurs indépendants, qui pratiquent pour beaucoup le télétravail au quotidien y recourent davantage (75%). La catégorie socio-professionnelle, et donc le niveau de revenu, est également déterminant : les cadres et professions intellectuelles supérieures optent moins pour le déjeuner fait maison (53%) que les professions intermédiaires (63%) et les catégories populaires (67%). Enfin, la taille de l'entreprise exerce une influence forte : 76% des salariés d'entreprises de moins de 20 salariés préparent leur déjeuner à la maison contre 56% des entreprises de 250 salariés et plus.

- Déjeuner en restauration

La deuxième solution préférée par les actifs est l'achat d'un déjeuner en restauration (16%). Une option particulièrement populaire en Île-de-France avec plus d'un actif sur quatre (27%) qui achète son déjeuner en restauration.

L'achat du déjeuner en restauration est fortement corrélé à l'accès aux titres-restaurant : les salariés qui en bénéficient sont plus de deux fois plus nombreux (25%) à y acheter leur déjeuner que ceux qui n'y ont pas accès (11%). Parmi les autres déterminants sociodémographiques, les hommes (21%), les cadres et professions intellectuelles supérieures (20%) ainsi que les salariés des grandes PME (100 à 249 salariés - 26%) sont les meilleurs clients de la restauration pour leur pause déjeuner.

Parmi les actifs qui prennent leur pause déjeuner au restaurant, 43% déclarent verser un pourboire dont 27% souvent ou systématiquement. 52% de ces derniers laissent généralement moins de 2 euros, 38% entre 2 et 5 euros et 10% plus de 5 euros.

- Déjeuner au restaurant d'entreprise

Le restaurant d'entreprise arrive en troisième position avec 14% des actifs qui y prennent le plus souvent leur déjeuner. Ici encore, l'Île-de-France se dégage avec 20% tandis que les régions Nouvelle-Aquitaine, Auvergne-Rhône-Alpes et Pays de la Loire (chacun à 11%) ferment le classement.

- Achat du déjeuner à emporter au supermarché

Enfin, la solution la moins populaire est l'achat d'un déjeuner à emporter en supermarché choisie par 7% des actifs. Les Normands sont les moins enclins à y acheter leur déjeuner (3%) tandis que les Néo-aquitains culminent à 9%.

Pour Ilan Ouanounou, Directeur général d'Edenred France : « Nous observons que le déjeuner fait maison est lié aux arbitrages budgétaires et dans une certaine mesure aux nouveaux modes de travail. Le titre-restaurant joue un rôle clé puisque les actifs qui en bénéficient sont plus de deux fois plus nombreux à acheter leur déjeuner en restauration que ceux qui n'y ont pas accès, ce qui en fait un levier essentiel de soutien au secteur et d'accès à une alimentation de qualité. »

Un budget moyen en hausse de 25% pour la pause déjeuner quand les salariés bénéficient de titres-restaurant

Les actifs bénéficiant de titres-restaurant, qui achètent davantage leur déjeuner en restauration, dépensent en moyenne 25% de plus pour leur pause déjeuner (10 euros) que ceux qui n'en bénéficient pas (7,5 euros). Au global, les actifs dépensent en moyenne 8,30 euros. Ce budget est plus important en Île-de-France (9,8 euros).

La composition de la pause déjeuner

- Le plat principal et le dessert, stars de la pause déjeuner

L'enquête s'intéresse également à la composition de la pause déjeuner. Si le repas est presque toujours composé d'un plat principal (96%), le dessert occupe une place centrale (71%), loin devant les boissons non alcoolisées (39%), le café (27%), l'entrée (21%) et le fromage (17%).

- Le déjeuner préféré des Français : salade en entrée, spaghetti carbonara en plat et tarte en dessert

Dans cette enquête, nous avons interrogé les actifs pour connaître leur entrée, leur plat et leur dessert préféré lorsqu'ils achètent leur déjeuner en restauration.

- En entrée, les salades arrivent en tête du podium, devant les crudités et les œufs mayonnaise.
- Côté plats, les spaghetti carbonara se hissent en tête du classement, suivi par le traditionnel steak-frites et le burger ;
- Pour le dessert, les Français plébiscitent les tartes puis les fruits frais et les flans.

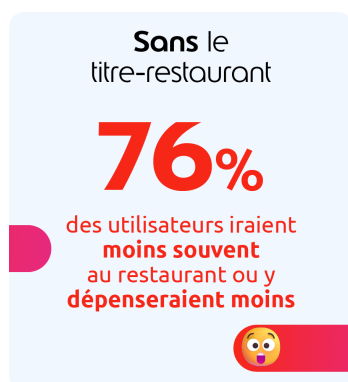


Le titre-restaurant, un dispositif jugé essentiel pour le pouvoir d'achat, soutien de la pause déjeuner et de la restauration



L'enquête s'est également intéressée au rôle du titre-restaurant dans la pause déjeuner des Français. Premier enseignement, **93% des bénéficiaires considèrent qu'il s'agit d'un dispositif essentiel pour leur pouvoir d'achat**. Ils sont également **71% à estimer que les titres-restaurant les aident à accéder à une alimentation de qualité durant leur pause déjeuner**.

Plus d'un bénéficiaire sur deux (54%) déclare par ailleurs que les titres-restaurant l'incitent à ne pas sauter la pause déjeuner, un élément important de santé au travail.



Si leurs titres-restaurant leur étaient retirés, trois quarts des bénéficiaires (76%) déclarent qu'ils iraient moins souvent au restaurant ou y dépenseraient moins. Près d'un actif sur deux (47%) déclare qu'il irait moins souvent au restaurant tout en y dépensant moins.

Les Français souhaitent que le dispositif bénéficie en priorité à l'activité des restaurateurs. 50% se déclarent favorables à la mise en place d'un plafond d'utilisation différencié entre restaurateurs (25 euros) et supermarchés (15 euros) contre 34% qui s'y déclarent défavorables. Les actifs qui mangent au restaurant pour leur pause déjeuner (65%) et les ouvriers (55%) sont les plus favorables à cette mesure de soutien aux restaurateurs, réclamée par les organisations représentatives dans le cadre de la réforme du titre-restaurant.

Pour consulter l'étude en intégralité, [cliquez ici](#)

Edenred est le leader mondial des avantages aux salariés et de la mobilité professionnelle.

Avec plus d'1 million d'entreprises clientes dans 44 pays, la plateforme d'Edenred donne à plus de 60 millions d'utilisateurs accès aux services et produits de plus de 2 millions de commerçants partenaires.

Edenred propose des solutions digitales dédiées aux collaborateurs (titres-restaurant, transports, cadeaux, bien-être, récompenses et offres préférentielles), aux gestionnaires de flottes (approvisionnement multi-énergies incluant la recharge électrique, services de maintenance, péage et parking) et aux paiements inter-entreprises (cartes virtuelles).

Fidèles à la raison d'être du Groupe, « Enrich connections. For good. », ces solutions améliorent le bien-être et le pouvoir d'achat des salariés et simplifient la vie des conducteurs de véhicules professionnels. Elles favorisent l'accès à une alimentation plus saine, à des produits plus respectueux de l'environnement et à une mobilité plus durable. Elles renforcent enfin l'attractivité et l'efficacité des entreprises tout en vitalisant l'emploi et l'économie locale.

Les 12 000 collaborateurs d'Edenred s'engagent au quotidien pour construire un monde du travail connecté plus efficace, plus sûr et plus responsable.

En 2025, grâce à sa plateforme technologique unique, le Groupe a généré un volume d'affaires de 49 milliards d'euros principalement au travers d'applications mobiles, de plateformes en ligne et de cartes.

Coté sur Euronext Paris, Edenred fait partie des indices CAC Next 20, CAC Large 60, Euronext 100, Euronext Tech Leaders, FTSE4Good, DJSI Europe Index et DJSI World Index.

Les marques et logos cités et utilisés dans ce communiqué sont des marques déposées par EDENRED S.E., ses filiales ou des tiers. Elles ne peuvent faire l'objet d'un usage commercial sans le consentement écrit de leur propriétaire.
