DATALICIOUS by *JUST EAT*

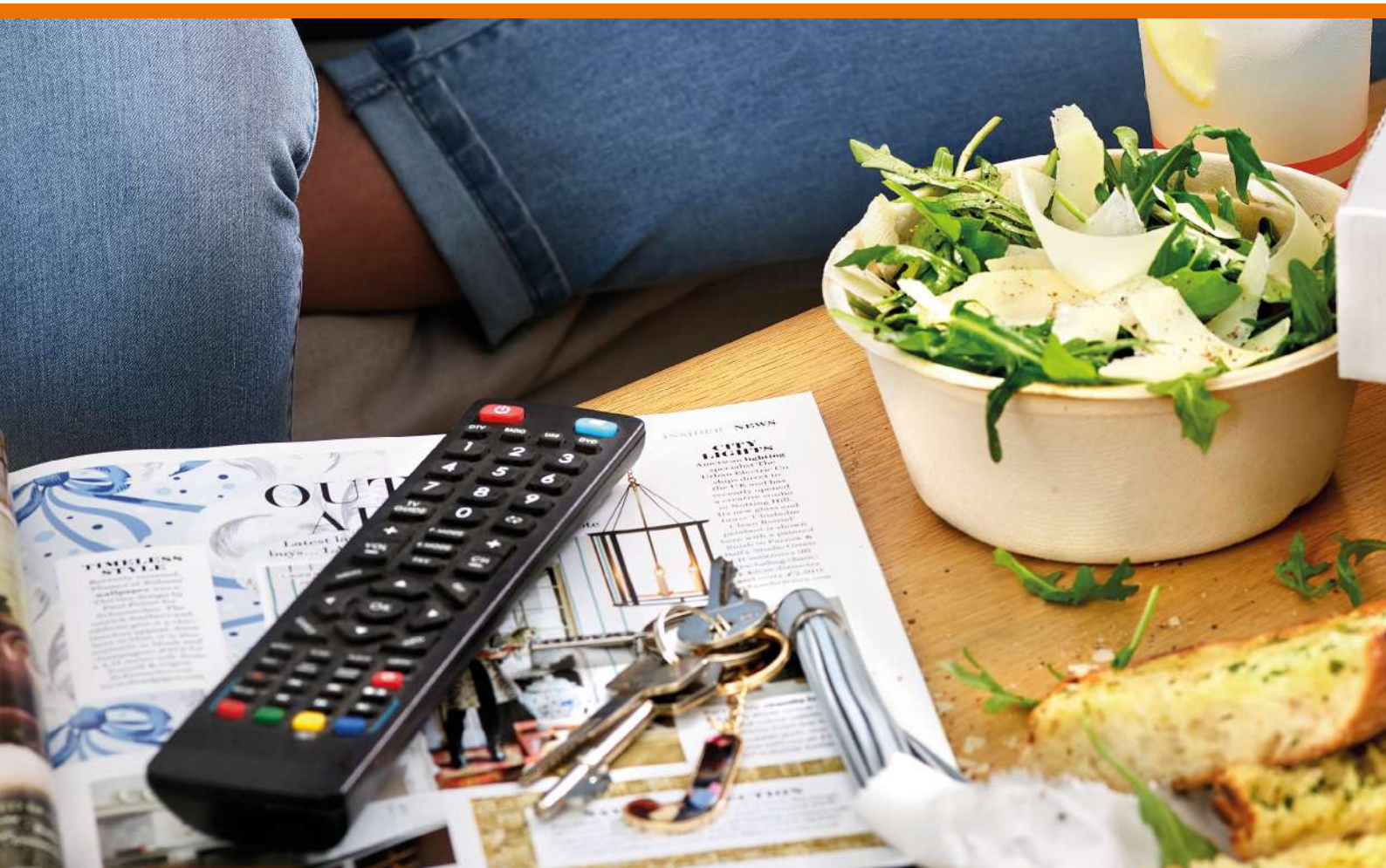
La place des écrans dans les repas : Convivialité, générosité, le savoir-vivre à la française est-il toujoursd'actualité ?

JUST EAT

2022 marque un grand tournant : après 2 années de pandémie & confinements divers et variés, cette année n'aura connu aucune fermeture de restaurant, et aucune contrainte sanitaire impliquant des modifications de vie sociale.

Alors, Datalicious, l'Observatoire des nouveaux modes de restauration, a forcément voulu faire le point sur cette année si particulière, qui donne le ton pour les années à venir, à travers une étude Ifop.

Place des écrans, du fait-maison, de la livraison de courses et de repas, le visage de nos repas a changé. Comment les Français se retrouvent-ils dans ces injonctions parfois contradictoires ? Et surtout le savoir-vivre à la Française est-il toujours d'actualité ?



Entrée :

la confection des repas vs la livraison

Côté livraison de courses, et côté livraison de repas, ce mode de consommation s'inscrit de plus en plus dans le quotidien des Français. La nouvelle solution de simplicité qui en convainc plus d'un et implique des écrans qui ne sont jamais bien loin.

47% des Français se font livrer des repas

92% des Français vont au restaurant

37% des Français se font livrer leurs courses

94% des Français mangent des repas faits-maison

82% mangent des repas tout faits à la maison

2019

39%
des Français se font livrer des repas

VS

2022

47%
des Français se font livrer des repas

Si le fait de plébisciter des repas faits-maison tout en ayant l'habitude de se faire livrer peut sembler contradictoire, c'est au contraire le simple reflet d'une société qui fait cohabiter plusieurs modes de consommation.

Les semaines ne sont plus monotones, et sont autant rythmées par les grands soirs de flemme et de plaisir avec des plats livrés devant une bonne série ou des sorties au restaurant, que par les dîners réconfort où l'on a cuisiné avec amour de bons petits plats.

Livraison de courses, un catalyseur de convivialité ?

La livraison de courses est la dernière solution à être arrivée sur le marché des plateformes. À peine lancée, elle est déjà adoptée par les Français. La popularité de ce nouveau service s'explique par sa facilité et le vaste choix de produits qu'elle propose : on économise le temps de trajet pour sélectionner minutieusement ses produits, on profite de plages horaires plus confortables et surtout, c'est une solution toute trouvée quand des invités débarquent à l'improviste !

37% des Français se font livrer des courses

54%
des 18-24 ans

47%
des 25-34 ans

43%
des Français en milieu urbain

32%
des Français en milieu rural

Top 3 des raisons de se faire livrer ses courses

Cela permet...

...de faire ses courses sur des plages horaires plus vastes (le soir, le dimanche...)

POUR **66%** DES FRANÇAIS

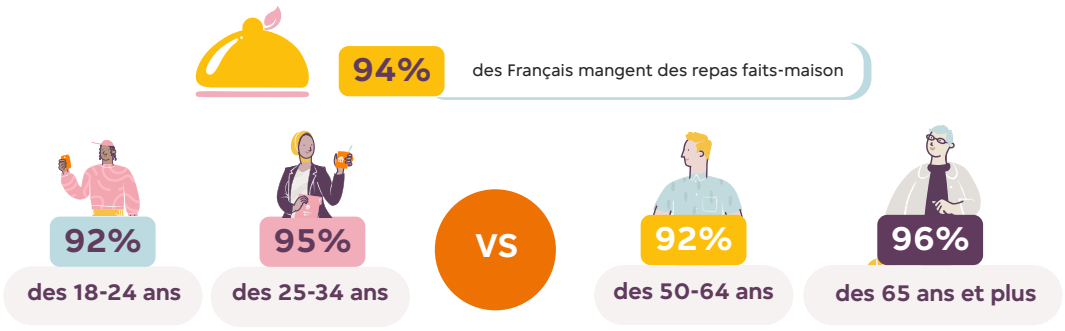
...de prendre son temps pour choisir ses produits

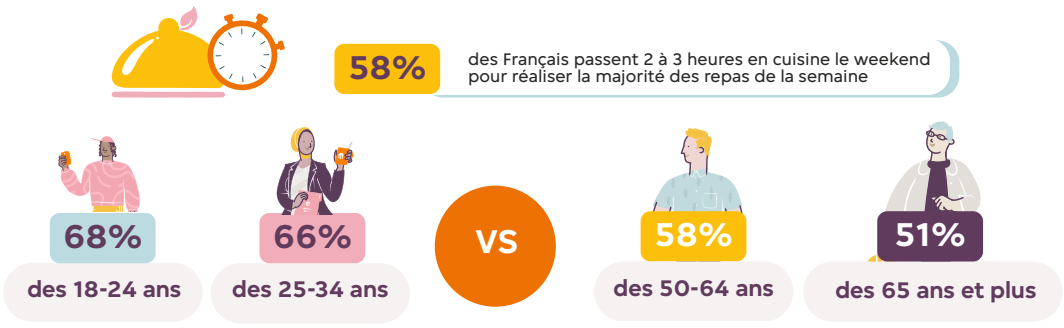
POUR **58%** DES FRANÇAIS

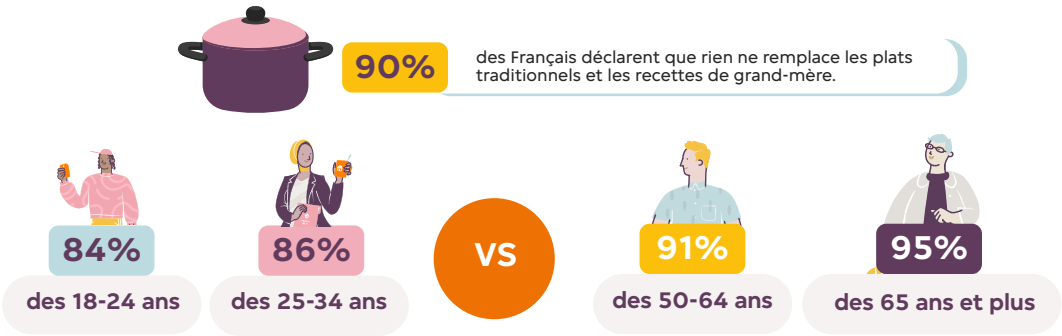
...d'acheter alcool et gâteaux apéro quand on a des invités de dernière minute

POUR **47%** DES FRANÇAIS

Cette offre qui économise du temps aux Français ne retire en rien leur volonté de cuisiner, au contraire. Les repas faits-maison, les repas conviviaux et le batch cooking n'ont jamais été autant plébiscités.



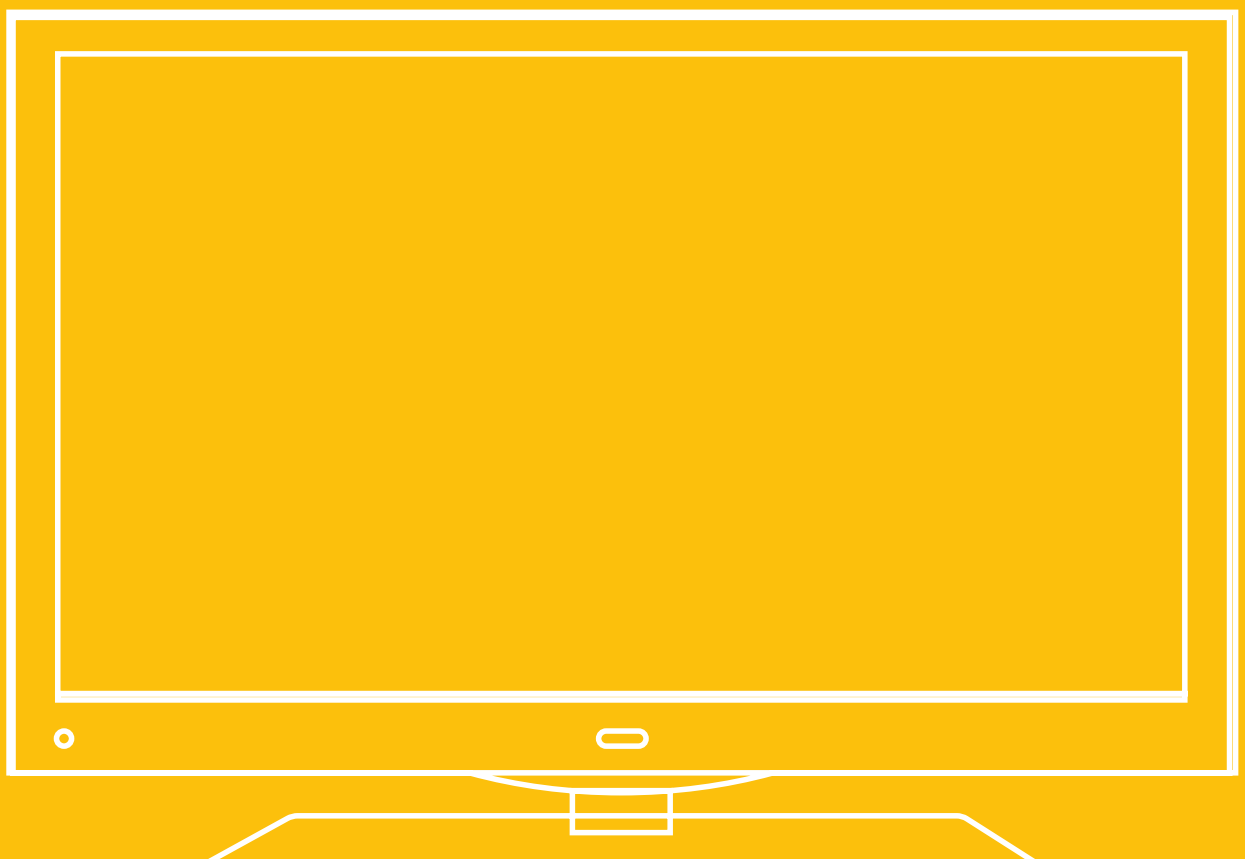




Le batch cooking est une tendance particulièrement adoptée par les plus jeunes générations, ce qui s'explique par le fait que c'est une solution qui peut s'avérer assez économique en termes de temps et de budget. Autre tendance largement répandue chez les 18-34 ans, ramener son plat maison au travail ! Et oui, alors que la moitié des Français (51%) sont concernés par cette pratique, la génération Z et les millenials sont de véritables adeptes (74 % des 18-24 ans et 77% des 25-34 ans).

Plat de résistance :

la convivialité par écrans interposés !

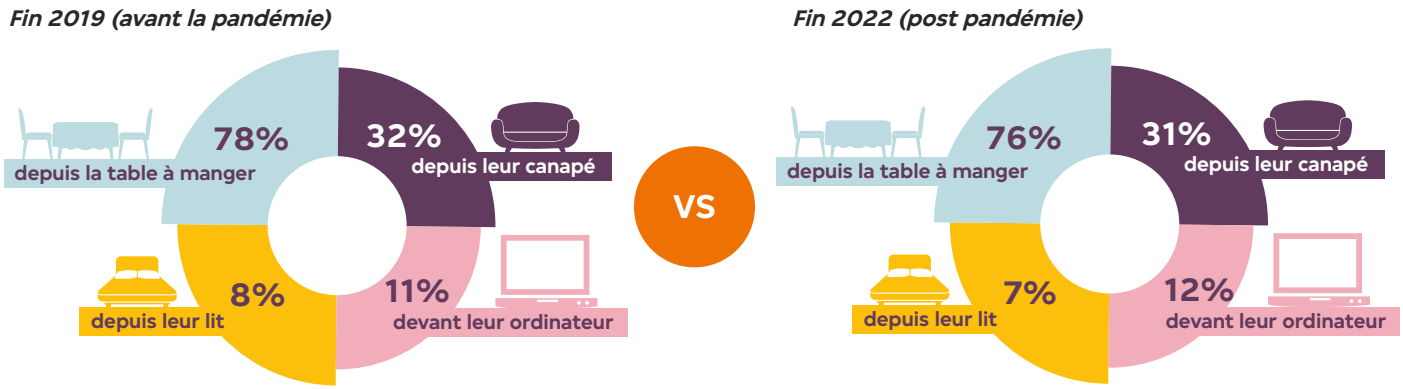


Entre ceux qui ne dînent jamais sans leur JT de 20H, les pros des repas livrés devant Tik Tok et les ayatollah du 0 écran, il y a un choc des générations incontestable.

Manger sans rien faire est carrément devenu un non sens pour certains, là où d'autres ne sont que nostalgie de ces instants où les écrans n'avaient pas lieu d'être...

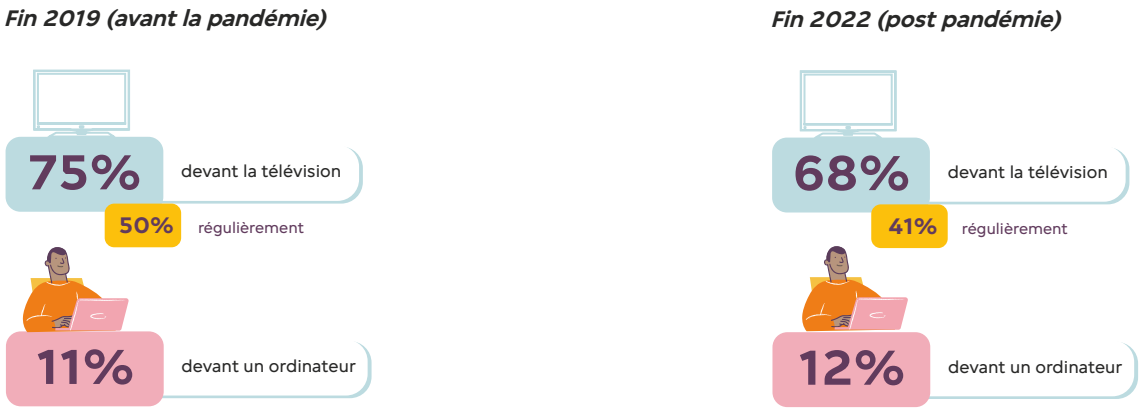
Petit tour de piste de ces jeunes et ces moins jeunes, pour qui repas riment souvent avec écran !

Les habitudes dînatoires des Français ont-elles évolué ? Où dînent les Français ?



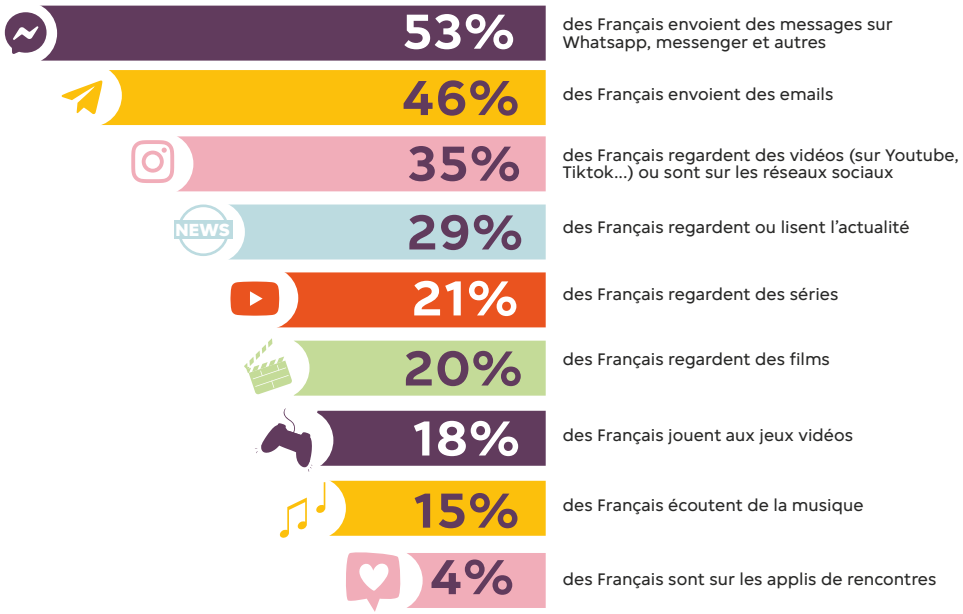
Au regard de ces chiffres, un constat semble se dessiner : la pandémie a finalement peu joué dans la balance, les jeux étaient faits avant. Et oui, les Français semblent toujours autant attachés à leurs repas depuis la table à manger ! Pourtant, de nouveaux lieux trouvent leur place dans ce quotidien, comme le canapé ou le lit.

Dîner devant le JT?



Alors que l'écran favori des Français reste la TV et son fameux JT, les écrans d'ordinateur et de téléphone prennent une place de plus en plus prépondérante dans ce quotidien. Face au monopole des écrans durant les repas, la question de la convivialité se pose. Est-ce que les repas des Français seraient de moins en moins des temps privilégiés pour les échanges et les discussions ?

Les applications favorites des Français lors des repas

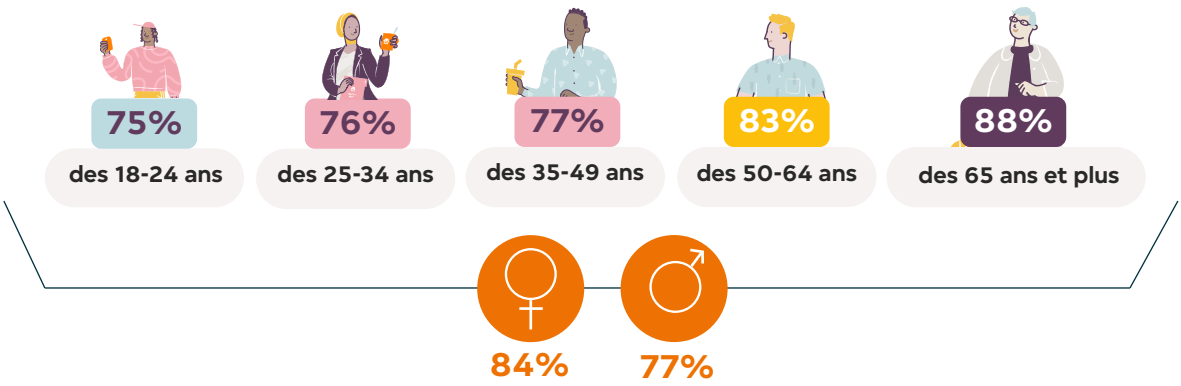


Les deux premières applications plébiscitées par les Français lors des repas sont exclusivement des moyens de communication. Finalement la convivialité oui, mais peut-être plus IRL.

Convivialité et écrans : le paradoxe des Français

La place des écrans :

pour 81 % des Français il faut en finir avec les écrans pendant les repas : les repas sont des moments de partage, de convivialité et d'échanges



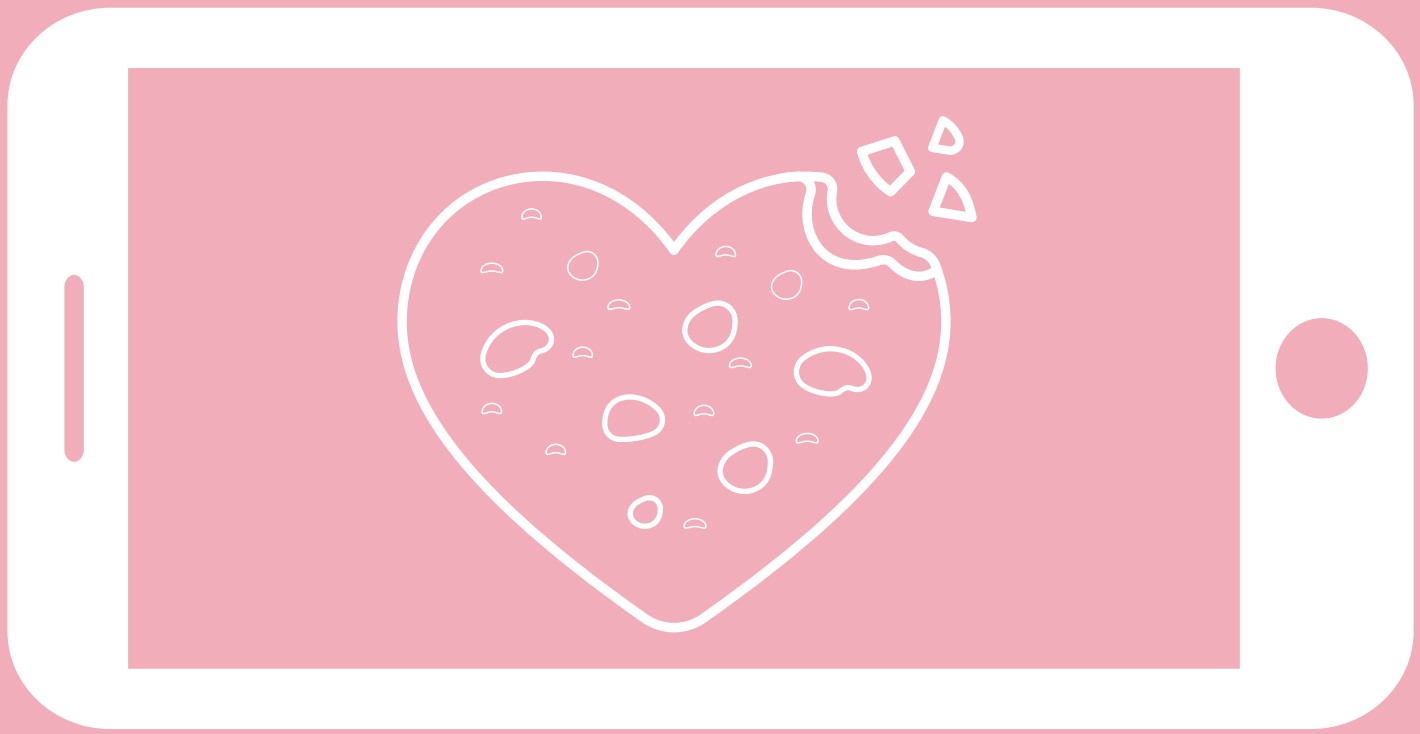
Face à ces premiers constats, Just Eat et l'Ifop ont souhaité savoir plus spécifiquement comment les Français envisageaient la place des écrans dans leurs repas. C'est là que la contradiction se dessine plus clairement. Quand la très grande majorité des Français pensent qu'il faut en finir avec les écrans, ils sont quasiment tout aussi nombreux à faire l'inverse ! Une tendance qui se confirme avec l'essor de la livraison pour accompagner séries et films à la maison.

Pour 53% des Français, les soirées Netflix/Livraison de repas ont remplacé les soirées Ciné/Resto

Pour 34% des Français, les séries sont l'excuse idéale pour se faire livrer un bon petit plat à la maison

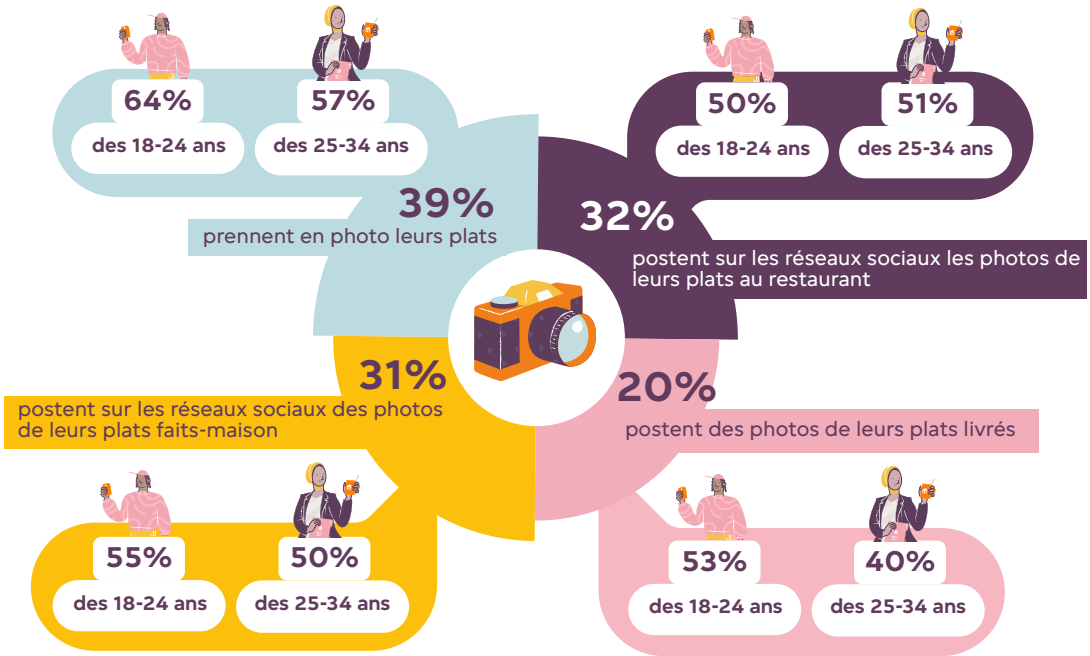
Dessert :

les réseaux sociaux, nouveaux plaisirs gourmands des Français



Forcément quand on aborde la place des écrans dans les repas des Français, impossible de ne pas s'intéresser de plus près aux réseaux sociaux ! Les repas sont devenus les stars des réseaux sociaux : exit le selfie, place aux photos ultra gourmandes pour faire saliver les copains et followers.

Photo or not photo



Et les motivations pour poster des photos des repas sont nombreuses !

Ce qui poussent les Français à afficher leurs plats

Ceux qui prennent en photo leurs plats le font...

1. **36%** pour faire saliver followers et amis
2. **32%** pour recommander un restaurant/un plat
3. **29%** pour se souvenir d'un restaurant

19%

des Français déclarent poster des photos de leurs plats sur les réseaux sociaux dans le seul but de s'afficher !

Photo oui ! Mais pas n'importe comment ! Effectivement, les photos doivent être belles et mettre en lumière une super expérience pour donner envie à ses followers de saliver ! Ainsi, la photo parfaite peut dicter les choix de plats voire engendrer quelques mésaventures...

Tout pour une photo réussie ?

Plus d'1 Français / 10

a déjà mangé froid car il a pris un peu trop de temps pour prendre son plat en photo

Une mésaventure qui arrive le plus souvent aux 18-24 ans

28%

des 18-24 ans ont confié l'avoir vécu

24% des Français

ont déjà commandé un plat parce qu'ils savaient qu'il ressortirait très bien en photo

Et c'est particulièrement vrai pour

48%

des 18-24 ans

Et forcément la tendance à la photo culinaire sur les réseaux sociaux n'est pas forcément du goût de tous...

Pour certains Français, un plat se déguste... Un point c'est tout

64% des francais

ne comprennent pas l'intérêt de prendre leurs plats en photo

78%

des 65 ans et plus

63% des francais

trouvent particulièrement agaçant les gens qui prennent leurs plats en photo

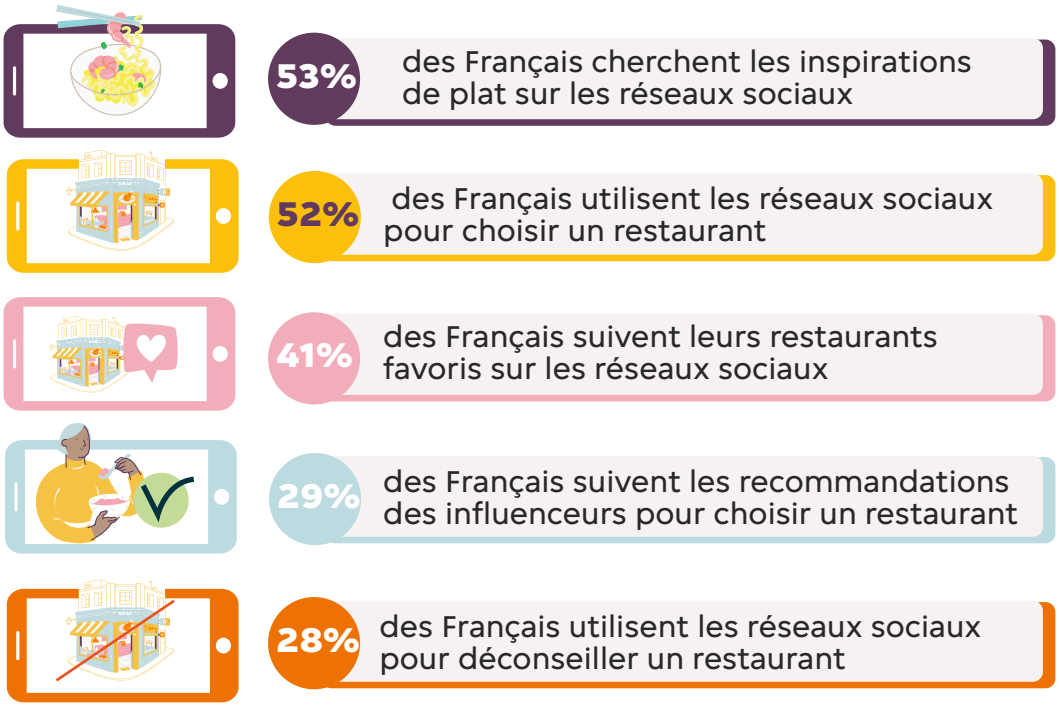
77%

des 65 ans et plus

Les réseaux sociaux : nouvelles sources d'inspiration ?

Ces fameuses photos sur les réseaux sociaux ont finalement pour effet de donner envie aux autres. Par extension, les réseaux sociaux sont devenus un moyen privilégié pour trouver un restaurant sympa à découvrir, une recette facile et savoureuse à tester en cuisine, ou un plat super tendance à déguster de toute urgence.

La place des réseaux sociaux dans les repas des Français



Outre les photos de food, les réseaux sociaux sont également devenus un moyen d'adouber un restaurant ou une recette ! Une notion que les restaurateurs ont bien assimilée. Aujourd'hui, la majorité des restaurants animent des pages sur les réseaux sociaux et les utilisent comme un outil de communication à part entière.

" Aujourd'hui, il est primordial pour les restaurateurs d'être actifs sur les réseaux sociaux. C'est un moyen de communication directe avec nos clients pour transmettre toutes nos actualités, et également créer et entretenir un lien précieux avec celles et ceux qui dégustent nos hamburgés. Ce lien est indispensable pour nous permettre de cerner les attentes de nos clients et pouvoir offrir la meilleure qualité de service possible dans nos restaurants. C'est pourquoi, nous animons une page Facebook, Instagram et un compte Tik Tok que nous alimentons régulièrement avec nos nouveautés, les promotions, ainsi que du contenu vivant qui permet de mettre à l'honneur la vie de nos Fernands, et la qualité de nos produits. "

Célia Refalo, Directrice marketing et communication chez Big Fernand.

La pandémie et le contexte de ces dernières années ont clairement modifié le rapport des Français à l'alimentation. Plus connectés, aujourd'hui les écrans jouent un rôle prépondérant dans le quotidien des Français, de la confection à la consommation des repas. Pourtant, les Français prônent un retour aux plaisirs simples et aux repas faits-maison en toute convivialité. Aujourd'hui, repas et écrans sont intimement liés, et cette nouvelle relation donne naissance à une convivialité différente.

Le regard de notre expert :

" La société est entrée depuis plusieurs années dans une phase de transition technologique, sociologique, environnementale... marquée notamment par le développement du digital (multiplications des écrans, hégémonie des réseaux sociaux, croissance de la livraison...et par la mutation des attentes consommateurs (recherche du local, du sain, du responsable...). Comme toute phase transitoire, les paradoxes sont exacerbés. Mais les comportements des nouvelles générations laissent présager les repas de demain."

Eric Sagnat, Directeur Expertise Alimentaire à l'Ifop.

Pour retrouver l'intégralité
de l'Observatoire Datalicious by Just Eat,
cliquer ici.

Contacts presse

Albine & Co

Jade Pérignon
j.perignon@albineco.com
M : 07.70.28.59.95

Just Eat France
2ter, rue Louis Armand, 75015 Paris