

Levallois-Perret, le 19 octobre 2023

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le petit-déjeuner : un temps sacralisé auquel plus de 7 Français sur 10 ne sont pas prêts à renoncer

Thème #3 : 24 heures dans la vie des Français

Enquête 1/3 : Il est 8 heures, la France s'éveille

Les zOOMs de l'Observatoire Cetelem analysent les modes de vie et proposent d'explorer un grand thème en trois temps, sollicitant l'avis des Français au travers de trois vagues de sondage. Les zooms viennent ainsi compléter et enrichir le dispositif d'observation et d'études existant de l'Observatoire Cetelem.

Les zOOMs de l'Observatoire Cetelem, accompagnés par Harris Interactive, s'intéressent dans ce premier volet d'enquête de la thématique « 24 heures dans la vie des Français » à la perception et aux comportements des Français lors du moment de la matinée.

- En moyenne, les Français se lèvent de bonne heure : à 7h en semaine et à 8h16 le week-end, avec des variations selon leur mode de vie
- Les Français considèrent le matin comme un temps pour prendre soin d'eux (78%), et ils sont 3 sur 4 (74%) à préférer se retrouver seuls plutôt qu'avec leurs proches (61%).
- Une fois levés, la majorité des Français (55%) sont prêts en moins de trente minutes.
- La plupart d'entre eux estiment être en avance (60%) ou ponctuels (31%) lorsqu'ils partent de chez eux le matin.
- Le petit-déjeuner représente un temps sacralisé : 7 Français sur 10 ne sont pas prêts à y renoncer, que ce soit en semaine (75%) ou le week-end (79%)
- Chez les 77% de Français qui s'informent sur l'actualité à leur réveil, la télévision (42%) et la radio (39%) apparaissent globalement comme les deux médias privilégiés ; les jeunes, quant à eux, préfèrent largement avoir recours aux réseaux sociaux (67% des moins de 35 ans).

Les Français, un peuple de lève-tôt

Les Français indiquent en moyenne se réveiller à 7h les jours de semaine. Cependant, cet horaire varie selon leur mode de vie : les actifs se lèvent plus tôt (6h39), sauf quand ils exercent majoritairement en télétravail (7h01), tout comme ceux qui ont des enfants dans leur foyer (6h43 contre 7h08 chez ceux qui n'en n'ont pas). Le réveil est en revanche plus tardif chez les seniors (7h25 chez les 65 ans et plus contre 7h08 pour les 18-24 ans), ainsi que pour les habitants de la région parisienne (7h13 contre 6h58 pour ceux résidant dans une petite agglomération). A noter une différence également selon la catégorie sociale (6h47 chez les CSP+, contre 6h35 chez les CSP-).

Le week-end, l'heure du réveil est plus tardive (8h16) mais aussi plus dispersée que la semaine : un premier tiers de Français se réveille avant 7h, un 2e tiers entre 7h et 9h, et un dernier tiers après 9h. Les plus jeunes semblent profiter du week-end pour faire la grasse matinée (9h17) quand les plus âgés continuent à se lever relativement tôt (7h42).

Un matin calme au service de l'efficacité

Loin du tumulte, le matin est associé pour les Français **au silence (75%) et au calme (74%)**, quand une minorité l'associe davantage à l'agitation (19%) et au bruit (17%). En outre, pour trois quarts d'entre eux (74%), **il s'agit davantage d'un moment pour se retrouver seuls que pour passer du temps avec leurs proches (61%)**.

Le matin est synonyme d'organisation pour plus de 8 Français sur 10 (82%). Néanmoins, ils sont un tiers à associer le matin à la fatigue plutôt qu'à l'énergie (33%), et pour 23% il est davantage synonyme de stress que de sérénité. Des perceptions négatives qui se font plus intenses chez les plus jeunes (notamment la fatigue chez les 18-24 ans), ainsi que chez les parents.

Une fois levés, les Français affirment avoir besoin de relativement peu de temps pour se préparer : **moins de 30 minutes pour plus de la moitié d'entre eux (55%), et moins d'une heure pour la quasi-totalité (95%)**. La plupart des sondés estiment être en avance (60%), ou tout au moins ponctuels (31%) lorsqu'ils partent de chez eux le matin. Seul 1 d'entre eux sur 10 (9%) avoue être le plus souvent en retard, un travers que les jeunes (16% pour les moins de 35 ans) et les habitants de l'agglomération parisienne (13%) reconnaissent plus fréquemment.

Un temps pour soi et pour s'informer

Pour presque 8 Français sur 10 (78%), **le matin est avant tout un moment pour prendre du temps pour soi**, moins pour s'atteler aux tâches ménagères (60%), pour travailler (59%) ou pour faire du sport (46%).

Le petit-déjeuner est un temps sacralisé et durablement ancré dans les pratiques : **il est l'un des 3 premiers réflexes du matin pour 55% des sondés, et un moment important auquel plus de 7 d'entre eux sur 10 ne sont pas prêts à renoncer que ce soit en semaine (75%) ou le week-end (79%)**. Le petit-déjeuner se prend chez soi (95%), et de préférence seul(e) (65%), même lorsqu'ils vivent en couple (52%). **A noter que plus de 3 Français sur 10 (31%) ne mangent pas le matin en semaine** : ils se contentent soit d'une boisson, soit ils ne prennent rien du tout.

Le matin constitue également un temps d'information. Avec 1 Français sur 6 (16%) qui regarde ses notifications sur son smartphone en se levant, c'est un réflexe au moins autant cité parmi les 3 premières actions du matin que celui d'avoir des gestes d'affection envers son conjoint (15%).

Près de 8 Français sur 10 (77%) indiquent s'informer sur l'actualité le matin au moins quelques fois par semaine, dont 54% qui déclarent le faire quotidiennement. Cette habitude concerne néanmoins davantage les plus âgés (82% des 65 ans et plus) que les plus jeunes (66% des 18-24 ans), ainsi que les hommes (84% contre 70% des femmes). **Les médias privilégiés pour s'informer le matin sont la télévision (42%) et la radio (39%), loin devant la presse écrite (23%)**. **Les réseaux sociaux (32%)**, quant à eux, occupent une place particulière : très peu utilisés chez les plus seniors (11% des 65 ans et plus), ils dépassent très largement tous les autres moyens d'information chez les plus jeunes (67% des moins de 35 ans).

« Le matin est perçu comme un moment « cocon » aux yeux des Français : plus qu'une simple transition vers le reste de la journée, il constitue une vraie étape à part entière pour la majorité d'entre eux et un moment particulièrement indiqué pour prendre soin de soi. Dans une société hyperconnectée faisant entrer nos cerveaux en état de sur-sollicitation permanent, le matin est même davantage vu comme une occasion de passer du temps seul que comme celle de passer du temps avec ses proches. », commente Flavier Neuvy, Directeur de l'Observatoire Cetelem.

[Télécharger le rapport de l'étude](#)

Méthodologie : Enquête réalisée par Harris Interactive en ligne du 26 au 28 septembre 2023. Échantillon de 1091 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

*_**

Retrouvez dans le rapport et la note d'analyse les résultats complets de ce sondage. L'ensemble des éléments sont à télécharger sur [le site de l'Observatoire Cetelem](#).

À propos de l'Observatoire Cetelem

L'Observatoire Cetelem est une structure d'études et de veille économique de BNP Paribas Personal Finance, créée en 1985 et dirigée par Flavien Neuvy. Sa vocation est d'observer, éclairer et décrypter l'évolution des modes de consommation en France et à l'international. Pour répondre à cette exigence, l'Observatoire Cetelem a mis en place un dispositif fondé sur la diversité et la complémentarité de contenus avec :

- **Les Observatoires** : 2 études de référence grand public annuelles menées au niveau international, l'une sur l'automobile à l'échelle mondiale (17 pays), l'autre sur la consommation au niveau européen (17 pays).
- **Les zOOms**, les modes de vie en vue, proposent d'explorer un grand thème (tourisme responsable, télétravail, place des animaux dans la société...) en 3 temps, sollicitant l'avis des Français au travers de 3 vagues de sondage.

Plus d'informations ainsi que l'ensemble des études sur le site de [l'Observatoire Cetelem](#) | [@obs_cetelem](#)