

Levallois-Perret, le 6 avril 2023

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Livraison de repas à domicile :

une pratique qui résiste à l'inflation, une habitude dont il est difficile de se défaire

Thème #1 : L'alimentation à l'heure des arbitrages

Enquête 3/3 : Livraisons à domicile, drive... le goût du moindre effort ?

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 troisième volet d'enquête de la thématique " L'Alimentation à l'heure des arbitrages " au rapport des Français vis-à-vis des solutions diverses pour se restaurer à moindre effort (livraison à domicile, drive, click&collect...).

- 1/4 des Français sont adeptes de la livraison de repas à domicile. Un service encore plus prisé chez les jeunes (48%) et en agglomération parisienne (41%).

- Parmi les adeptes de la livraison à domicile, 56% déclarent ne plus pouvoir s'en passer... et jusqu'à 75% chez les revenus élevés.

- Pour ceux qui utilisent ce service, se faire livrer son repas à domicile est avant tout synonyme de plaisir (50%).

Le repas cuisiné maison, un pilier du mode de vie des Français... qui ne boudent pas pour autant ses alternatives

Si manger est assimilé à un plaisir pour la quasi-totalité des Français (94%), ils aiment aussi cuisiner (80%). Néanmoins, une partie d'entre eux sont confrontés à certains obstacles quand il s'agit de cuisiner : ce sont en premier lieu les idées qui peuvent faire défaut aux Français (48%), voire pour un tiers le temps disponible pour les réaliser (34%).

Plus de la moitié des Français (55%) indiquent manger des plats cuisinés maison tous les jours ou presque. Les alternatives à la cuisine maison sont les repas sur le pouce (56% en font au moins quelques fois par mois), les plats préparés achetés en supermarché (47%), les repas à emporter (32%), et ceux livrés directement au domicile (26%)... Ces alternatives sont davantage prisées par les moins de 50 ans et les populations les plus urbaines, en particulier les habitants de l'agglomération parisienne. Ainsi, 44% de ces derniers indiquent avoir recours aux repas à emporter au moins quelques fois par mois, et 41% à des plats livrés à domicile.

Les sorties au restaurant sont inscrites dans le quotidien des Français. 95% affirment s'y rendre, même de manière occasionnelle, et 47% au moins quelques fois par mois. Là encore, les habitants de l'agglomération parisienne (67% y vont quelques fois par mois) sont nettement plus adeptes des restaurants que les autres Français.

Livraison de repas, une pratique qui résiste à l'inflation et concurrence les sorties au restaurant

Sorties au restaurant, repas livrés à domicile ou à emporter, box d'ingrédients... Toutes ces solutions apparaissent comme chères à plus de 8 personnes sur 10 (entre 84% et 93%), et sont généralement plus utilisées par les catégories les plus aisées. Les plats préparés achetés en supermarché apparaissent également comme chers à plus de deux tiers des Français (68%). Ainsi, les repas maison restent la solution la moins chère aux yeux des Français (74%), avec les repas dits " sur le pouce " (76%).

Malgré le coût supérieur d'un repas livré à domicile par rapport à un repas cuisiné maison, et en dépit de l'inflation, 44% des adeptes indiquent y recourir davantage aujourd'hui par rapport à il y a quelques mois (contre 29% qui y ont moins recours). Ils sont aussi près de 6 d'entre eux sur 10 (59%) à reconnaître dépenser plus d'argent dans ces services que dans des sorties au restaurant, et presque tout autant (56%) à affirmer ne plus pouvoir s'en passer. En moyenne, les adeptes estiment consacrer 83€ par mois en moyenne pour des repas livrés à domicile ; un poste de dépense beaucoup plus important chez ceux ayant des revenus élevés (121€).

Livraison à domicile : du plaisir plus que de la paresse

Alors que les non-utilisateurs associent la livraison de repas à une facilité, les adeptes, eux, mettent en avant le plaisir que cela leur procure (50%), devant le fait de ne pas avoir à cuisiner (33%) ou de sortir de chez soi (28%), ou encore le gain de temps (24%). Ils mentionnent également plus que les autres le fait de découvrir de nouveaux plats comme une raison de recourir à cette solution.

Chez les utilisateurs de livraison de repas au moins quelques fois par mois, le fait de ne pas avoir grand-chose à manger chez eux (86%), le manque d'ingrédients appétissants (81%), la fatigue après une journée de travail (81%), et chez les parents, l'envie de faire plaisir aux enfants (84%) apparaissent comme des situations qui les incitent à recourir à ce genre de service.

La livraison de repas à domicile est davantage associée aux soirs de semaine (53% des Français privilégieraient cette solution face à une sortie au restaurant) que les soirs de week-end (où 73% lui préféreraient plutôt une sortie au restaurant). Ce type de repas sera également plutôt consommé sur un mode informel (devant un écran, sur une table basse) qu'à table (56% vs 44%)

Drive, click&collect, livraison de course : un usage en expansion

Malgré une tendance casanière, plus de la moitié des Français aiment se rendre en magasin pour faire leurs courses alimentaires (56%), 37% considèrent ce moment comme une donnée de la vie quotidienne, ni agréable ni désagréable ; seuls 7% voient cette tâche comme une corvée. Même si une majorité des Français apprécie de faire leurs courses, ils souhaitent néanmoins optimiser ce moment pour " faire le plein " de courses et éviter d'avoir à revenir en magasin trop fréquemment (73%). Ce réflexe étant plus marqué chez les habitants en zone rurale (83%).

Perçues comme des moyens de gagner du temps (39%), d'éviter un déplacement (31%) ou encore de s'épargner le port des sacs de courses (25%), les solutions de livraison de courses séduisent de nombreux Français : 36% indiquent recourir au moins "de temps en temps" au drive ou au click&collect, 22% à la commande en ligne avec livraison et 16% à la livraison après achats en magasin.

Au global, 45% des Français indiquent avoir recours au moins de temps en temps à l'une de ces solutions. Malgré la période d'inflation, ceux qui les utilisent ont plutôt l'impression d'avoir davantage recours à ces services depuis quelques mois (40%), plutôt que d'avoir diminué leur usage (21%).

A choisir entre rester chez eux ou sortir, une courte majorité de Français reconnaît être plutôt de tendance casanière (55%). Une préférence légèrement plus marquée chez les femmes (59%) et qui est majoritaire parmi toutes les tranches d'âge, sauf chez les 25-34 ans (47%). Face aux tâches pénibles en général, les Français déclarent les prendre en charge pour pouvoir s'en débarrasser rapidement (74%), plutôt que de procrastiner (26%).

